

ДИСКУРС У МІЖКУЛЬТУРНІЙ КОМУНІКАЦІЇ

УДК 305:81'27

doi : 10.12958/2227-2844-2019-7(330)-20-29

Кокнова Т. А.,

кандидат педагогічних наук, доцент,
доцент кафедри романо-германської філології
ДЗ „Луганський національний університет імені Тараса Шевченка”,
м. Старобільськ, Україна
koknovatanya@gmail.com
<https://orcid.org/0000-0003-0232-0756>

Овчарова Л. А.,

кандидат педагогічних наук, доцент,
доцент кафедри романо-германської філології
ДЗ „Луганський національний університет імені Тараса Шевченка”,
м. Старобільськ, Україна
milaowl@gmail.com
<https://orcid.org/0000-0001-6589-8438>

ОСОБЛИВОСТІ ВІДОБРАЖЕННЯ ГЕНДЕРНОГО СТЕРЕОТИПУ ТА ЙОГО ВПЛИВ НА МОВНУ ДІЯЛЬНІСТЬ ОСОБИСТОСТІ

Наприкінці минулого сторіччя жіночий рух продемонстрував, що обмеження прав чоловіків та жінок у сфері мовної діяльності, як і в інших сферах життя та діяльності людини, неминуче веде до ображення особистості. Це викликало особливий інтерес дослідників до вивчення таких взаємопов'язаних термінів як „мова” та „гендер”, що призвело до феміністського реформування мови, яке направлене на усунування лінгвістичної нерівності між чоловіками та жінками.

Проблема гендерних стереотипів досить добре розроблена як вітчизняними, так і зарубіжними дослідниками. Фундаментальні методологічні основи вивчення ролі гендерних стереотипів в конструюванні ідентичності особистості знайшли своє відображення у працях Н. Ажгіхіної, Л. Бондаренко, О. Вороніної, М. Виногорова, І. Грошева, Н. Каменської, І. Клециної, І. Кона, А. Кравченко, О. Кузнецової, О. Машкової, О. Мраморнової, М. Томської, Т. Рябової, О. Шабурової, В. Ядова. Проте вплив гендерних стереотипів на мовну діяльність чоловіків та жінок постає недостатньо розробленою сферою. Отже, мета статті – розкрити сутність поняття „гендерні стереотипи”, визначити їхні функції у соціально-культурному аспекті та встановити вплив, який вони чинять на мовну діяльність представників різних полів.

На думку більшості авторів поняття „гендерні стереотипи” мають на увазі, по-перше, якості і характеристики, за допомогою яких зазвичай описуються чоловіки та жінки. По-друге, в гендерних стереотипах містяться нормативні зразки поведінки, традиційно приписувані особам чоловічої або жіночої статі. По-третє, в гендерних стереотипах відображені узагальнені думки, судження, уявлення людей про те, чим саме відрізняються один від одного чоловіки і жінки. І, нарешті, по-четверте, гендерні стереотипи залежать від культурного контексту і того середовища, в якій вони знаходять своє застосування (Клецина, 2004).

При цьому гендерні стереотипи прийнято розглядати з двох позицій: у чоловічій і жіночій самосвідомості; в колективній суспільній свідомості (Кокнова, Овчарова, 2019).

Гендерні відносини є відображеними в мові елементами культури. Ці елементи передаються новим поколінням. Так, М. Ягелло зазначає, що „мова повною мірою – це дзеркало культури, яке фіксує усі символічні проявлення, відображує усі передсуди та стереотипи суспільства” (Yaguello, 2008, с. 8). У суспільстві існують стійкі уявлення про те, якими мають бути жінки та чоловіки. Ці узагальнені думки називають стереотипами. Стереотипи це такі еталони поведінки жінок та чоловіків, яким вони повинні були б слідувати. Мова пропонує вже готовий набір шаблонів та стереотипів для позначення жінок та чоловіків, які характеризують певну стать, формують у людини, яка їх використовує, певне бачення того, яким є світ та яким він повинен бути.

Вперше поняття „стереотип” (грецькою *stereos* – твердий і *typos* – відбиток) було введено в науку в 1922 році американським дослідником засобів масової інформації, політичним оглядачем та теоретиком пропаганди У. Ліппманом, саме в той час коли виникла необхідність вивчення та пояснення законів функціонування масової свідомості. Ліппман увів у науковий обіг термін „стереотип”, спробував розглянути проблему стійкості стереотипу, описати процес стереотипізації та його формування, звертаючи увагу на роль символів, фактів, цінностей у процесі формування суспільної думки. На думку дослідника існують причини, які вплинули на формування стереотипів. Однією з причин є використання принципу економії зусиль, коли люди не хочуть реагувати на нові факти та явища кожний раз по-новому, а намагаються використовувати вже закріплені у мові стереотипні категорії: „Стереотипи міцно заряджені почуттями, що стосуються їх. Вони – фортеці наших традицій, і під їхнім захистом ми відчуваємо безпечною ту позицію, яку займаємо” (Ліппман, 2004).

Згодом поняття „стереотип” набуло наукову обґрунтованість та увійшло в сферу вивчення різноманітних наук: психології, когнітології, соціології, етнографії, гендерології, етнолінгвістики та лінгвістики в цілому. Процеси формування стереотипів, що носять соціальний характер, визначають „стереотип” як стійкі форми поведінки, які часто повторюються. О. Леонтович вважає, що „стереотип” треба розглядати як певне „уявлення або спрощені ментальні репрезентації різноманітних

категорій людей, які перебільшують схожість між стереотипами та реальними репрезентаціями особистості та які ігнорують відмінності між ними” (Блинова, 2015). Стереотип – це „комунікативна одиниця певного етносу, яка здатна за допомогою актуальної презентації соціально санкціонованих потреб справляти спонукаючий типізований вплив на свідомість особистості – індивіда, який соціалізується” (Маслова, 2014).

У 50-х роках ХХ століття були проведені перші дослідження стереотипів, які ставили за мету визначити типові уявлення чоловіків та жінок один про одного. У ході цих досліджень було виявлено, що у суспільній свідомості основними рисами стереотипу чоловіка є такі якості як наполегливість, активність, рішучість, відвага, самоконтроль, впевненість, незалежність від суспільної думки, прагнення до висот (наприклад в бізнесі тощо), стриманість, холонокровність, байдужість. Жінці, навпаки, приписують такі якості як пасивність, нерішучість, залежність від суспільної думки, чутливість, емоційність, сприйнятливність, співчуття. Стереотипізація проявляється і у категорії влади, де чоловіку приписують прагнення до лідерства, силу, об’єктивність, уміння приймати рішення, а жінці – залежність, слабкість, безпорадність, невміння приймати рішень. Соціальні ролі теж підпадають під стереотипізацію. Жінка насамперед сприймається як домогосподарка, жінка та мати, а чоловік – як господар та робітник.

Другий виток досліджень характеризується періодом 70-х років ХХ століття. Їх метою було вивчення стереотипів у відносинах чоловіків та жінок у процесі професійної діяльності. Дослідження та експерименти, проведені Кей До та Тімом Емсвейлером серед студентів, які поясняли професійні успіхи чоловіків та жінок, показали що здібності чоловіка вищі, ніж у жінки; чоловік є більш компетентним за жінку; успіх жінки є випадковим, спровокований вдачею.

Гендерні стереотипи – стійкі уявлення про відмінність між чоловіком і жінкою, про їх місце і роль у сім’ї й суспільстві, які характерні для певного суспільства у конкретний історичний період (Малес, 2004). З раннього дитинства людина живе у просторі соціально-культурних стереотипів, які вироблені суспільством під впливом найрізноманітніших причин. Дослідники стверджують, що гендерні стереотипи виникають на ґрунті різних статусів і ролей жінок і чоловіків у суспільстві.

Гендерні стереотипи виконують різні функції у соціально-культурному аспекті. Перша спроба розробити типологію функцій була здійснена Г. Геджфелом, який запропонував розрізняти функції на індивідуальному або психологічному та соціальному рівнях, розрізняючи когнітивну й захисну функції (психологічний рівень) та ідеологічну й ідентифіковану функції (соціальний рівень) (McComick, 2004). Згодом, з’явилося багато інших класифікацій функцій гендерних стереотипів, але найширшою, на нашу думку, стала класифікація, яка була впроваджена у науковий обіг Людмилою Кім, яка визначає шість основних функцій стереотипів: стратифікуючу, комунікативну, когнітивну (пояснювальну), регулятивну, трансляційну та соціалізаційну функції (Ким, 2002, с. 36-38):

- когнітивна або пояснювальна функція, яка використовується при інтерпретації поведінки чоловіка і жінки за допомогою розповсюджених гендерних стереотипів про чоловічі та жіночі якості;

- регулятивна функція – підтримка ідентифікації особистості та групи;

- трансляційна функція – передача досвіду щодо взаємодії представників різних гендерів від покоління до покоління;

- соціалізаційна функція – засвоєння та збереження знань, досвіду, норм, цінностей щодо представників власного та іншого гендеру, включення індивіда до системи соціальних зв'язків і відносин, які так чи інакше детермінуються прийнятим у суспільстві гендерним розподілом;

- стратифікуюча функція – гендерний стереотип сприяє утворенню ієрархічної структури суспільних відносин;

- комунікативна функція – гендерний стереотип регулює процес передачі та обміну інформацією між представниками різної статі та соціальною системою загалом (Павленко, 2017, с. 38-40).

Стереотипи можуть бути спрямовані як на окрему людину, так і на представників певних соціальних груп чи просто на масу людей. Таким чином, можливо говорити про індивідуальні, групові та масові стереотипи. Перші формуються у ході неповторного життєвого досвіду під впливом найрізноманітніших, подекуди зовсім випадкових факторів. Груповими стереотипами можна назвати вже закріплені образи у свідомості, які поділяються та відтворюються будь-яким членом будь-якої соціальної організованої групи. Особливий інтерес представляють масові стереотипи, які можуть бути використані представниками будь-якого класу чи національності.

Стереотипи мають певну модель поведінки відповідно до назви, тобто руйнівну модель чи ту, яка творить. Деякі стереотипи формують певну програму дій відповідно до прийнятих уявлень та образів, які підтримують цілісність групи; деякі, навпаки, руйнують її.

Зміст стереотипів дозволяє розділити їх на дві категорії: стереотипи, які характеризують людей як членів певних груп (національних, соціальних, політичних), та стереотипи, які характеризують особистісні якості людей відповідно до їх поведінки, фізичних якостей, зовнішності та так далі (Малес, 2004, с. 106-109).

Людмила Кім пропонує таку класифікацію гендерних стереотипів, поділивши їх на три групи:

- гендерні стереотипи мужності та жіночності;

- гендерні стереотипи, пов'язані з закріпленням певних соціальних ролей у сімейній, професійній та інших сферах;

- гендерні стереотипи, які відображають відмінності між жінками та чоловіками щодо їх професійної діяльності (Кім, 2002, с. 36-38).

Перша група гендерних стереотипів містить в собі такі поняття як жіночність та мужність і характеризує різні соціальні уявлення про те, якими є чоловіки та жінки, та які якості їм приписуються.

Друга група гендерних стереотипів пов'язана з соціальними ролями у сімейній, професійній та інших сферах. Як правило, жінкам приписуються сімейні ролі (матері, господині, жінки) та функції прибирання в будинку, приготування їжі, прання та прасування одяжі, миття посуду. Чоловікам через їхні професійні успіхи приписують функції заробітку грошей, виконання ремонтних робіт вдома, виносу сміття.

Третя група гендерних стереотипів робить наголос на відмінності чоловіків та жінок у професійній сфері, розподіляючи професії на суто „чоловічі” та суто „жіночі”. За даними ЮНЕСКО, суто „чоловічими” видами професійної діяльності є професії архітектора, водія, інженера, механіка, дослідника та інші, а суто „жіночими” є професії бібліотекар, виховательки, вчительки, секретарки та інші. Також важливо відзначити, що керівні посади здебільшого посідають чоловіки, в той час, як позиція жінки має підпорядкований характер (Ким, 2002).

Окремі сторони і аспекти процесу мовленнєвої регуляції поведінки людини вивчаються і лінгвістами, і психологами, і представниками інших суміжних дисциплін, об'єктом дослідження яких є людина. Так, М. Желтухіна виділяє наступні фактори, що зумовлюють можливість і ефективність мовленнєвого впливу (Желтухіна, 2009, с. 59-60):

- Лінгвістичний фактор заснований на механізмах вербального впливу на свідомість через лексику (квазісінонімія, навмисна двозначність, „ідеологічна зв'язаність”, конотативні відтінки значення, експліцитність і імпліцитність плану змісту).

- Екстралінгвістичний фактор – це фактор інформаційної потреби, до складу якого входять семіотичні, психічні, етнокультурні, соціальні, когнітивні та інші характеристики життя людини.

- Семіотичний фактор – варіювання мовних виразів („критична лінгвістика” Р. Фоулера) відповідно до настанов, вимог, цілей комунікантів.

- Соціальний фактор – редагування інформації, врахування стереотипів і міфів масової свідомості, орієнтація на „Ми-групу”, авторитетні заяви.

Когнітивний фактор – обробка інформації людиною. Мовленнєва здатність передбачає такі когнітивні навички, як уявлення образів, логічний висновок на їх основі, отримання нових знань на базі наявних.

Здатність до стандартизації ситуацій ритуалізує мислення і поведінку людини, знаходить відображення в його мовних стереотипах, надає можливість прогнозу його можливих мовних стратегій і тактик.

Під мовленнєвим впливом в більшості випадків розуміють „мовне спілкування, взяте в аспекті його цілеспрямованості, мотиваційної обумовленості” (Желтухіна, 2009, с.21). Відомо, що в будь-якому акті мовленнєвого спілкування комуніканти переслідують певні немовленнєві цілі, які регулюють діяльність співрозмовника.

Мовленнєвий вплив пов'язаний, в першу чергу, з цільовою установкою мовця – суб'єкта мовленнєвого впливу. Він регулює

діяльність свого адресата (спонукає партнера за комунікацією почати, змінити, закінчити будь-яку діяльність, впливає на прийняття ним рішень або на його уявлення про світ).

За установкою на мовленнєві дії в їх іллокутивному аспекті розрізняють наступні види мовленнєвого впливу:

- соціальний (відсутність інформації, але наявність соціальних мовних актів, відсутність реального адресата, мовних кліше);
- інформаційний;
- вольовий (виконання волі адресанта);
- оцінний і емоційний (громадські, об'єктивно встановлені морально-правові відносини, міжособистісні суб'єктивно емоційні відносини).

Одним з видів психологічного впливу є маніпуляція. Під маніпуляцією розуміється „мистецтво керувати поведінкою людини за допомогою цілеспрямованого впливу на суспільну психологію, на свідомість і інстинкти людини” (Желтухіна, 2009, с. 75). Для маніпуляції характерна спритність, майстерність виконання, перетворення адресата в маріонетку і одночасно створення ілюзії самостійності рішень і дій адресата.

Різновидом маніпулятивного впливу виступає сугестивний вплив. Мета лінгвістичної сугестії – зробити просту мову навіюваною засобами мови. Сугестивність розуміється як процес впливу на психіку адресата, на його почуття, волю і розум, пов'язаний із зниженням свідомості, аналітичності та критичності при сприйнятті навіюваної інформації (Желтухіна, 2009, с. 93).

Отже, стереотипи сприяють формуванню традицій і звичок, наповнюють свіже бачення старими образами і накладаються на той світ, яким люди сприймають його у своїй пам'яті. Стереотип є стійкою формою поведінки, яку часто повторюють. З раннього дитинства людина живе у просторі стереотипів, які вироблені суспільством під впливом найрізноманітніших причин. „Засвоєння” таких стереотипів відбувається в процесі соціалізації особистості у відповідності до соціальних установок та сподівань суспільства. Гендерні стереотипи – стійкі уявлення про відмінність між чоловіком і жінкою, про їх місце і роль у сім'ї й суспільстві, які характерні для певного суспільства у конкретний історичний період. Гендерні стереотипи формують сподівання та відношення щодо поведінки чоловіків та жінок у суспільстві. Усі групи гендерних стереотипів є взаємопов'язані, але найбільш універсальними є стереотипи чоловічності та жіночності. Усі класифікації, розроблені різними вченими є доволі умовними, тому що якщо використовувати інші критерії для класифікації, видів гендерних стереотипів може бути набагато більше. Застосування гендерних стратегій і гендерних тактик на сучасному етапі спрямовано на здійснення емоційно-психологічного впливу на суспільство, а отже, формування суспільної думки.

Список використаної літератури

1. **Клецина И. С.** Психология гендерных отношений. Теория и практика. (Серия „Гендерные исследования“). Санкт-Петербург: Алетейя, 2004. 408 с. 2. **Кокнова Т. А., Овчарова Л. А.** Сутність категорії „гендер” та її вплив на мовну поведінку індивіда. *Вісник Луганського національного ун-ту імені Тараса Шевченка: Філологічні науки*. 2019. №2(325). С. 71-79. 3. **Yaguello M.** Exploring Language and Linguistics Language Through the Looking Glass. Oxford: Oxford University Press. 2008. 184 p. 4. **Липпман У.** Общественное мнение. Москва: Институт Фонда „Общественное мнение”, 2004. 384 с. 5. **Блинова О. Е.** Роль соціальних стереотипів у становленні світоглядних орієнтацій особистості. *Психологія і особистість*. 2015. № 2(1). С. 58-70. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Psios_2015_2%281%29__6 (дата звернення 25.10.2019). 6. **Маслова Ю. П.** Моделі гендерної ідентичності жінки (на матеріалі друкованих ЗМІ). *Збірник наукових праць Кам'янець-Подільського національного університету ім. Івана Огієнка*. Кам'янець-Подільський: Аксіома, 2014. Вип. 20. С. 425-436. 7. **Малес Л.** Біологічні, психологічні та соціокультурні чинники гендеру. *Основи теорії гендеру: навчальний посібник*. Київ: „К.І.С.”, 2004. С. 109-131. 8. **McCormick K.** Language and gender. *The Encyclopedia of language and linguistics* / R. E. Asher, J. M. Simpson (eds.). Oxford, Pergamon Press Ltd., 2004. P. 1353-1360. 9. **Павленко Н.** Гендерний компонент у структурі та семантиці фразеологічних одиниць сучасної англійської мови: дис. ... канд. філол. наук: 10.02.04 / Запорізький нац. ун-т. Запоріжжя, 2017. 210 с. 10. **Ким Л.** Исследовательский проект „Влияние социальных факторов на понимание гендерных ролей”. Будапешт, Ташкент, 2002. С. 36-38. 11. **Желтухіна М.** Топологічна сугестивність мас-медіального дискурсу: щодо проблеми мовленнєвого впливу тропів у ЗМІ: монографія. Київ, 2009. 656 с.

References

1. **Kletsina, I.** (2004). Psikhologiya gendernykh otnosheniy. Teoriya i praktika. (Seriya „Gendernyye issledovaniya”) [Psychology of gender relations. Theory and practice. (Series „Gender Studies”)]. Sankt-Peterburg: Aleteya [in Russian]. 2. **Koknova, T. A. & Ovcharova, L. A.** (2019). Sutnist katehorii „hender” ta yii vplyv na movnu povedinku indyvida [The fundamental nature of „gender” category and its influence on the linguistic behavior of the individual]. *Visnyk Luhanskoho natsionalnoho un-tu imeni Tarasa Shevchenka: Filolohichni nauky – Bulletin Lugansk Taras Shevchenko National University: Phylological Sciences*, 2 (325), 71-79 [in Ukrainian]. 3. **Yaguello, M.** (2008). Exploring Language and Linguistics Language Through the Looking Glass. Oxford: Oxford University Press. 4. **Lippman, U.** (2004). Obshchestvennoe mnenie [Public opinion]. Moskva: Institut Fonda „Obshchestvennoye mnenie” [in Russian]. 5. **Blynova, O.** (2015). Rol' sotsial'nykh stereotypiv u stanovlenni svitohlyadnykh oriyentatsiy osobystosti [The role of social stereotypes in the formation of ideological orientations of

personality]. *Psykholohiia i osobystist – Psychology and Personality*, 2(1), 58-70. Retrieved from http://nbuv.gov.ua/UJRN/Psios_2015_2%281%29__6 [in Ukrainian].

6. Maslova, Yu. (2014). Modeli gendernoyi identychnosti zhinky (na materialy drukovanykh ZMI) [Models of gender identity of a woman (based on printed media)]. *Zbirnyk naukovykh prats Kamianets-Podilskoho natsionalnoho universytetu im. Ivana Ohiiienka – The collection of scientific articles of Kamianets-Podilskyi National Ivan Ohiienko University*. Kamianets-Podilskyi: Acsioma. Issue 20 (pp. 425–436) [in Ukrainian].

7. Males, L. (2004). Biologichni, psykhologichni ta sotsiokulturni chynnyky gender [Biological, psychological and sociocultural factors of gender]. *Osnovy teorii genderu: navchalnyi posibnyk – Basic theory of gender: manual*. Kyiv: „K.I.S.” (pp. 109-131) [in Ukrainian].

8. Asher, R., Simpson, J. & McCormick, K. (Eds.). (2004). Language and gender. *The Encyclopedia of language and linguistics*. Oxford, Pergamon Press Ltd. (pp. 1353-1360).

9. Pavlenko, N. (2017). Gendernyi komponent u strukturi ta semantytsi frazeologichnykh odynts' sutchasnoyi angliyskoyi movy [Gender component in the structure and semantics of phraseological units of Modern English]. *Candidate's thesis. Zaporizhzhia* [in Ukrainian].

10. Kim, L. (2002). Issledovatel'skiy proyekt „Vliyaniye sotsial'nykh faktorov na ponimaniye gendernykh roley” [Research project „The Impact of Social Factors on Gender Roles Understanding”]. Budapest, Tashkent (pp. 36-38) [in Russian].

11. Zheltukhina, V. (2009). Topologichna sugestivnist' mas-medial'noho dyskursu: shchodo problemy movlennievoho vplyvu tropiv u ZMI [Topological suggestiveness of mass-media discourse: on the problem of speech influence of tropes in mass media]. Kyiv [in Ukrainian].

Кокнова Т. А., Овчарова Л. А. Особливості відображення гендерного стереотипу та його вплив на мовну діяльність особистості

В статті висвітлено поняття „гендерні стереотипи” у його тісному взаємозв'язку з гендерними відносинами. Досліджено витoki та еволюцію поняття „стереотип”, яке було введено в науку в 1922 році американським дослідником засобів масової інформації У. Ліппманом. Встановлено, що стереотипи поділяються на три групи (індивідуальні, групові та масові); мають певну модель поведінки відповідно до назви; певну програму дій відповідно до прийнятих уявлень та образів. Зміст стереотипів дозволяє розділити їх на дві категорії: стереотипи, які характеризують людей як членів певних груп (національних, соціальних, політичних), та стереотипи, які характеризують особистісні якості людей відповідно до їх поведінки, фізичних якостей, зовнішності. Наведено визначення поняття „гендерних стереотипів”, як стійких уявлень про відмінність між чоловіком і жінкою, про їх місце і роль у сім'ї й суспільстві, які характерні для певного суспільства у конкретний історичний період. Встановлено, що гендерні стереотипи виконують різні функції у соціально-культурному аспекті. Наведено найширшу класифікацію функцій гендерних стереотипів, яка була впроваджена у науковий обіг Людмилою Кім, і включає шість основних функцій стереотипів:

стратифікуючу, комунікативну, когнітивну (пояснювальну), регулятивну, трансляційну та соціалізаційну. Гендерні стереотипи поділяються на три групи (мужності та жіночності; ті, що пов'язані з закріпленням певних соціальних ролей; ті, що відображають відмінності між жінками та чоловіками у професійній сфері). В результаті дослідження з'ясовано, що існують фактори, які зумовлюють можливість і ефективність впливу гендерних стереотипів на мовну діяльність особистості (лінгвістичний, екстралінгвістичний, семіотичний, соціальний та когнітивний), а також розрізняють чотири види мовленнєвого впливу: соціальний, інформаційний, вольовий, оцінно-емоційний.

Ключові слова: гендерні стереотипи, гендерні відносини, вплив, мовленнєва діяльність.

Кокнова Т. А., Овчарова Л. А. Особенности отражения гендерного стереотипа и его влияние на речевую деятельность личности

В статье освещено понятие „гендерный стереотип” в его тесной взаимосвязи с гендерными отношениями. Исследованы истоки и эволюция понятия „стереотип”, которое было введено в науку в 1922 году американским исследователем средств массовой информации У. Липпманом. Установлено, что стереотипы делятся на три группы (индивидуальные, групповые и массовые); имеют определенную модель поведения в соответствии с названием; определенную программу действий в соответствии с принятыми представлениями и образами. Содержание стереотипов позволяет разделить их на две категории: стереотипы, которые характеризуют людей как членов определенных групп (национальных, социальных, политических), и стереотипы, которые характеризуют личностные качества людей в соответствии с их поведением, физическими качествами, внешностью. Приведены определения понятия „гендерных стереотипов”, как устойчивых представлений о различии между мужчиной и женщиной, об их месте и роли в семье и обществе, которые характерны для данного общества в конкретный исторический период. Установлено, что гендерные стереотипы выполняют различные функции в социально-культурном аспекте. Приведена самая широкая классификация функций гендерных стереотипов, которая была внедрена в научный оборот Людмилой Ким, и включает шесть основных функций стереотипов: стратифицирующую, коммуникативную, когнитивную (объяснительную), регулятивную, трансляционную и социализирующую. Гендерные стереотипы делятся на три группы (мужественности и женственности; те, которые связаны с выполнением определенных социальных ролей; те, что отражают различия между женщинами и мужчинами в профессиональной сфере). В результате исследования установлено, что существуют факторы, которые обуславливают возможность и эффективность влияния гендерных стереотипов на речевую деятельность личности (лингвистический, экстралингвистический, семиотический, социальный и когнитивный), а

также различают четыре вида речевого воздействия: социальное, информационное, волевое, оценочно – эмоциональное.

Ключевые слова: гендерные стереотипы, гендерные отношения, влияние, речевая деятельность.

Koknova T. A., Ovcharova L. A. Features of the reflection of gender stereotype and its impact on the speech activity of the individual

The article highlights the concept of „gender stereotype” in its close connection to gender relations. The origins and evolution of the concept of „stereotype”, which was introduced into science in 1922 by the American media researcher W. Lippman, are investigated. It is established that stereotypes are divided into three groups (individual, group and mass); have a specific model of behavior in accordance with their title; a specific program of action in accordance with accepted ideas and images. The content of stereotypes allows the researchers to divide them into two categories: stereotypes which characterize people as members of certain groups (national, social, political), and stereotypes which characterize the personal qualities of people in accordance with their behavior, physical qualities, and appearance. The definitions of the concept of „gender stereotypes” are given as stable ideas about the distinction between a man and a woman, about their place and role in the family and society, which are typical for a certain society in a particular historical period. It is established that gender stereotypes perform various functions in the socio-cultural aspect. The broadest classification of the functions of gender stereotypes is presented. It was introduced by Lyudmila Kim and includes six main functions of stereotypes: stratifying, communicative, cognitive (explanatory), regulatory, translational and socializing. Gender stereotypes are divided into three groups (masculinity and femininity; those associated with the performance of certain social roles; those that reflect the differences between women and men in the professional sphere). As a result of the study, it was found that there are factors which determine the possibility and efficiency of the influence of gender stereotypes on the speech activity of a person (linguistic, extralinguistic, semiotic, social and cognitive), and also the following four types of speech influence are distinguished: social, informational, volitional, and evaluative-emotional.

Key words: gender stereotypes, gender relations, influence, speech activity.

Стаття надійшла до редакції 18.10.2019 р.

Стаття прийнята до друку 22.10.2019 р.

Рецензент – д.пед.н, проф. Шехавцова С. О.