

ные и глаголы, при проверке умения выделять опорные слова в тексте 60% не справилось, учащиеся не могли выделить одно слово и подчеркивали все предложения целиком; с описанием ситуации при помощи только одной частью речи справилось 80% учащихся.

Подводя итог тестированию, можно сделать вывод о том, что данные задания соответствуют уровню развития учеников, могут быть ими выполнены и что большинство учащихся с ОНР используют правополушарную стратегию при решении задач, связанных с речевой диагностикой, хотя если говорить о моторной асимметрии, то у 90% испытуемых ведущей является правая рука.

Литература

Амтхауэр Р. Тест интеллектуальной структуры. [Электронный ресурс]. Режим доступа: http://psylab.info/тест_структуры_интеллекта_Амтхауэра.

Черниговская Т.В. Билингвизм и мозг. Изучение иностранных языков и мозг. Изучение второго языка: психологические и нейролингвистические аспекты. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.csa.ru/DistanceLearning/>

© Суфиярова А.А., 2013

В.Р. Харисова
Екатеринбург

Номинативные стратегии в свете гендерных различий

Ключевые слова: номинативные стратегии, гендерный аспект анализа, психолингвистический эксперимент.

Процесс номинации, т.е. языкового означивания, имеет сложный характер, обусловленный трехкомпонентной структурой данного акта. Номинация как процесс наименования, при котором языковые элементы соотносятся с обозначаемыми ими объектами, связана, во-первых, с субъектом номинации, во-вторых, с типом обозначаемого объекта, и, наконец, с выбором средства номинации, в частности продиктованного особенностями сложившихся в определенной лингвокультуре практик.

В фокусе нашего внимания оказывается субъект номинации как представитель определенного пола и обладающий рядом гендерно маркированных черт (не в биологическом, а в социальном и языковом плане).

Под гендером в современной лингвистике и психологии понимается социальный конструкт, набор характеристик, определенных культурой общества, которые идентифицируют социальное поведение мужчин и женщин и отношения между ними.

Гендерные особенности субъекта номинации, согласно нашей гипотезе, должны сказываться на всех компонентах процесса наименования: в выборе объекта и мотивировочного признака, средства номинации, в особенностях выражения оценочных приоритетов лиц разного пола, их интересов и т.п.

Актуальность данной темы связана с тем, что она вписывается в русло современных антропоориентированных исследований. Одной из доминантных тенденций лингвистики XX века стало расширение ее связей с другими науками, в частности, с психологией, повышенное внимание к прагматическим аспектам речи, перемещение акцента на человеческий фактор в языке, вследствие чего в недрах современной лингвистической прагматики интенсифицируется интерес к гендерным параметрам личности. Кроме того, в связи с развитием такого направления, как психолингвистика, появляется возможность исследовать процессы номинативной деятельности с использованием целого арсенала экспериментальных методов. Психолингвистика обращается к показаниям обыденного языкового сознания, что важно для описания интенций субъекта речевой деятельности, в частности, личности номинатора (с учетом гендерного фактора его речевого поведения).

Объектом нашего исследования выступают номинативные стратегии в свете их обусловленности гендерными различиями. При этом под номинативными стратегиями понимается конкретный вариант выбора номинатором того или иного способа наименования, исходя из всей совокупности имеющихся в определенной лингвокультуре способов, необходимых для обозначения отдельных элементов внеязыковой действительности, и ценностных приоритетов говорящего.

Целью исследования является выявление номинативных стратегий в гендерном измерении при решении испытуемыми сходных номинативных задач.

В качестве материала исследования выступают гендерно маркированные номинации, полученные в результате проведения ономазиологического эксперимента. Целью разработанного и проведенного нами эксперимента было выявить влияние фактора «гендер» на выбор мотивировочного признака и средств номинации при обозначении абстрактных «рисунков».

В данном эксперименте участвовали 20 респондентов: 10 юношей и десять 10 девушек в возрасте от восемнадцати до двадцати трех лет, студенты филологического факультета. Их вниманию было представлено восемь абстрактных изображений: четыре цветных и четыре черно-белых. Сначала предъявлялись рисунки, выполненные в цветовой гамме, после этого – черно-белые. Эксперимент проводился в три этапа. На первом этапе респондентам предлагалось дать образное название рисунку в целом, при этом допускались как однословные номинации, так и состоящие из нескольких слов. Второй этап эксперимента предполагал выделение и номинацию частей уже названных изображений (допускались так же и однословные, и развернутые номинации). На третьем этапе эксперимента испытуемые давали комментарий того, как осуществлялось наименование рисунка: они поясняли, что легло в основу их номинации, на какие признаки они опирались при номинации объектов, какой признак явился для них наиболее существенным в том или ином конкретном случае, что было легче назвать – целое или части и др.

Выбор абстрактного объекта для номинации не случаен. Предлагая респондентам задание назвать некие абстрактные «визуальные» образы, мы стремились достичь максимального исключения фактора влияния «предметной» гендерной актуализации (т.е. влияния конкретной информации об объекте на выбор его наименования).

В основе экспериментальной гипотезы лежало предположение о том, что абстрактные изображения в большей степени позволят номинатору проявить гендерно заданные приоритеты; кроме того, выбор мотивировочного признака «зависит» от того,

с каким визуальным образом он отождествляется, соответственно, можно предположить возможности метафорической номинации как одной из наиболее показательных стратегий для обнаружения актуальных для респондентов разного пола аспектов восприятия.

Таким образом, в качестве методов исследования использовался ономаσιологический эксперимент, основанный на определении потенциала номинаций объекта с неопределенными параметрами. Кроме того, при обработке экспериментального материала использовались методы мотивационного и семантического анализа. Для постановки эксперимента использовался метод моделирования искусственной номинативной ситуации.

Методика анализа номинаций предполагает наличие следующих стадий: обращаем внимание на характер общего наименования объекта; выявляем тип (вид) данной номинации; с помощью пояснения респондента анализируем, что легло в основу названия, что послужило его мотивировочным признаком; в каждом из видов выявляем гендерные предпочтения.

Говоря о типах (видах) номинаций, следует отметить, что все названия, полученные в результате эксперимента, мы распределяем на шесть групп: **прямая номинация** (т.е. номинация с помощью готового слова); **отождествляющая метафора** разных типов: антропоморфная, биоморфная, зооморфная и др. (предполагает создание наименования на основе какого-либо сходства по форме, цвету, величине и т.п. обозначаемой реалии с уже именованной.); **символическая метафора** (предполагает обозначение объектов через образ, который осмысливается не в прямом значении существующего для него слова, а в переносном, условно-символическом); **оценочно-символическая** номинация (номинация с помощью абстрактного существительного, содержащего, как правило, оценочный компонент в своем значении); **метонимическая номинация** (заключается в переносе имени, названия с одного предмета на другой на основе их смежности); **прецедентная номинация** (индивидуальное имя, связанное с широко известными текстами, ситуациями, которые известны большинству представителей определенной нации).

Опираясь на полученные данные, мы постарались выявить и определить своеобразие гендерных номинативных стратегий как отражение особенностей номинативного мышления, гендерных приоритетов представителей мужской и женской групп общества.

Практическая значимость данной работы определяется исследованием возможностей языковой номинации в речевой деятельности учащихся, а также возможностью диагностики и развития их номинативной компетенции и проведением с учетом этой диагностики развивающих лингвистических тренингов.

Теоретическая значимость исследования номинативных стратегий в гендерном измерении связана с углублением представления о сущности номинации, о ее средствах, видах и формах на основе анализа результатов номинативной деятельности испытуемых.

Результат проведенного исследования показал, что говорить о существовании двух отдельных подсистем языка – мужской и женской – вполне правомерно. Об этом свидетельствуют обнаруженные нами особенности, позволяющие говорить о влиянии фактора «гендер» на процесс номинации, в том числе и на выбор тех или иных номинативных стратегий.

Во-первых, наименования респондентов женской группы характеризуются использованием метафорической номинативной стратегии как доминирующей над остальными возможными, в то время как испытуемые мужской группы активно используют, помимо метафоры, возможности метонимии и оценочно-символической номинации как способов образного переосмысления действительности. Метонимический перенос чаще всего осуществляется с признака предмета на сам предмет (*«Кино»: напоминает обложку рок-группы «Кино» к одному из их сборнику песен по беспорядочно располагающимся фигурам; дорожное движение: на название картинки повлияла череда стрелок, направленных вверх. Такие стрелки используются во многих дорожных знаках*).

Во-вторых, различия касаются и типов метафорической номинативной стратегии, которыми пользуются испытуемые поллярных групп. Эксперимент показал, что номинаторы-мужчины при номинации объектов тяготеют прежде всего к использова-

нию оценочно-символических метафор (*эволюция: стрелка обозначает движение вперед, прогресс. Как следствие этого — эволюция; вектор жизни: название «вектор» из-за направленных стрелок. «Жизнь» — из-за голубого цвета. Вектор жизни — это течение жизни, прохождение человеком всех жизненных циклов; эрозия: все предметы разрушены, разбиты, с трещинами. Вокруг хаос, заброшенность*).

Данный тип образной номинации предполагает обозначение объектов через образ, который осмысливается не в прямом значении существующего для него и закрепленного в языковой системе слова, а в переносном, условно-символическом. Тем самым образ, через который переосмысливается тот или иной объект и который используется респондентом для наименования определенных предметов и явлений действительности, является носителем определенного символического смысла, содержания, которое стремится выразить в данном слове номинатор. Чаще всего такие номинации находят выражение в форме абстрактных, отвлеченных понятий, не имеющих денотативной отнесенности.

В противоположность респондентам-мужчинам, представители женской группы в большинстве случаев выбирают для номинации разные типы отождествляющих метафор — биоморфные (*облако: рисунок очень не понятен. Похоже на облако, которое теряет очертания, размывается; сад: на рисунке можно разглядеть цветы (тюльпаны), клумбы, кустарники*), зооморфные (*муравьи: изображенное на картинке напоминает мне муравьев. У них есть ноги, туловища и головы; гидра: плавные линии напоминают живое существо — гидру*), антропоморфные (*людоед: кажется, что людоед танцует ритуальный танец, перепрыгивает с ноги на ногу, вертит в руках свою палицу и изгибает свое тело с толстым брюшком*) и др.

Выбор респондентами-мужчинами в качестве номинаций абстрактных, отвлеченных понятий, не имеющих денотативной отнесенности, в противоположность женским конкретным, отождествляющим позволяет говорить о большей степени лингвокреативности первых номинаторов. Этот факт подтверждается

и отмеченным выше использованием метонимической и оценочно-символической номинативной стратегии.

В рамках женской группы встречаются гендерно маркированные номинации, такие как *тесто*, *вышивка* и др. Данные наименования входят в тематические группы слов, близких по характеру употребления представителям женской группы; они являются подтверждением тому факту, что ассоциативные поля в мужской и женской речи соотнесены с разными фрагментами картины мира.

Говоря об отличиях женских и мужских номинаций, можно также отметить факт преобладающего использования респондентами женской группы многословных наименований, т.е. состоящих из двух и более компонентов, в то время как испытуемые-мужчины стараются более лаконично номинировать объект. Соотношение количества многословных номинаций между женской и мужской группами определяется как 38 к 28 соответственно.

С другой стороны, говоря о гендерных особенностях процесса номинации, следует отметить и другую тенденцию – тенденцию к эгалитарности, т.е. к стиранию гендерных различий. При этом зачастую в основе метафорических наименований респондентов лежит один и тот же образ, что приводит к формальному совпадению названий в группах респондентов.

© Харисова В.Р., 2013