

МОСКОВСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
имени М.В. Ломоносова

Филологический факультет

ПОЛЕВАЯ Ирина Владимировна

РЕЧЕВЫЕ ГЕНДЕРНЫЕ СТЕРЕОТИПЫ
И ИХ РЕАЛИЗАЦИЯ
В РОССИЙСКОМ АНАЛИТИЧЕСКОМ ТЕЛЕВИЗИОННОМ ДИСКУРСЕ
(на материале ток-шоу «Диалог» и «В фокусе» телеканала РБК-ТВ)

Специальность 10.02.19 – Теория языка

Диссертация на соискание ученой степени
кандидата филологических наук

Москва – 2014

ОГЛАВЛЕНИЕ

ВВЕДЕНИЕ.....	5
Глава 1. Теоретическая основа исследования.....	12
1.1 К определению понятия «гендер».....	12
1.2 История гендерных исследований в западной науке.....	13
1.2.1 Становление гендерных исследований.....	13
1.2.2 Значение термина «гендер» в гуманитарных науках.....	15
1.2.3 Термин «гендер» в языкознании.....	16
1.2.4 Исследования гендера в языкознании.....	17
1.2.4.1 Новое женское движение.....	18
1.2.4.2 Социолингвистические гендерные исследования.....	22
1.2.4.3 Кросскультурные и лингвокультурологические исследования гендера.....	24
1.2.4.4 «Мужские исследования».....	25
1.2.4.5 Биодетерминистское направление и его критики.....	26
1.3 История гендерных исследований в отечественной науке.....	31
1.3.1 Исследование вопросов гендера в Советском Союзе.....	31
1.3.2 Постсоветские гендерные исследования.....	34
1.3.3 Термин «гендер» в российской гуманитарной науке.....	37
1.4 Понятие «стереотип».....	42
1.4.1 Стереотипы в гуманитарных науках.....	42
1.4.2 Гендерные стереотипы и речевые гендерные стереотипы.....	44
1.5 Понятие дискурса.....	47
1.5.1 Понятие телевизионного дискурса.....	50
1.5.2 Телевидение и массовая коммуникация.....	51
1.5.3 Жанры телевизионного дискурса.....	55
1.6 Выводы.....	58
Глава 2. Выявление речевых гендерных стереотипов.....	61
2.1 Подготовка эксперимента.....	61
2.2 Описание анкеты и процесс анкетирования.....	63
2.3 Проведение дополнительного анкетирования.....	70
2.4 Анализ результатов проведённого эксперимента.....	71
2.4.1 Статистическая информация о респондентах.....	71
2.4.2 Характеристики мужского речевого поведения.....	73

2.4.2.1 Общие результаты	74
2.4.2.2 Результаты ответов групп, разделённых по признаку пола	76
2.4.2.3 Результаты ответов групп, разделённых по признаку возраста .	79
2.4.2.4 Результаты ответов групп, разделённых по типу полученного образования	84
2.4.2.5 Результаты дополнительного анкетирования	88
2.4.2.6 Выводы	93
2.4.3 Характеристики женского речевого поведения.....	94
2.4.3.1 Общие результаты	94
2.4.3.2 Результаты ответов групп, разделённых по признаку пола	95
2.4.3.3 Результаты ответов групп, разделённых по возрасту	97
2.4.3.4 Результаты ответов групп, разделённых по типу полученного образования	102
2.4.3.5 Результаты дополнительного анкетирования	106
2.4.3.6 Выводы	110
2.4.4 Эталонные образы мужчин и женщин.....	112
2.4.5 «Анти-эталонные» образы мужчин и женщин	113
2.5 Выводы.....	115
Глава 3. Проявление речевых гендерных стереотипов в речи мужчин и женщин	118
3.1 Описание материала	118
3.2 Анализ материала.....	121
3.2.1 Реализация выявленных мужских речевых гендерных стереотипов	124
3.2.1.1 Уверенность	124
3.2.1.2 Предметность	128
3.2.1.3 Логичность	130
3.2.1.4 Склонность спорить	132
3.2.1.5 Использование большого количества терминов	134
3.2.1.6 Склонность открыто выражать несогласие с собеседником.....	137
3.2.1.7 Немногословность	142
3.2.1.8 Стереотипы речи мужчин: выводы.....	145
3.2.2 Реализация выявленных женских речевых гендерных стереотипов	145
3.2.2.1 Эмоциональность.....	145
3.2.2.2 Многословность.....	147

3.2.2.3 Болтливость	148
3.2.2.4 Образность.....	150
3.2.2.5 Умение слушать	154
3.2.2.6 Высокая скорость речи.....	155
3.2.2.7 Склонность приводить примеры в подтверждение своей точки зрения	157
3.2.2.8 Стереотипы речи женщин: выводы	159
3.3 Выводы.....	160
ЗАКЛЮЧЕНИЕ	161
СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ.....	168
ПРИЛОЖЕНИЕ	187
Анкета.....	187
Результаты анкетирования	189

ВВЕДЕНИЕ

Диссертация посвящена исследованию стереотипов речевого поведения мужчин и женщин с учётом социальных факторов пола, возраста и типа образования, влияющих на формирование данных стереотипов, а также анализу их проявлений в реальной коммуникации. Исследование проведено на материале текстов аналитических ток-шоу телеканала РБК-ТВ «Диалог» и «В фокусе», а также на основании результатов анкетирования носителей русского языка и культуры.

Гендер стал объектом научных изысканий лишь во второй половине XX века, однако ещё до появления целенаправленных гендерных исследований существование различий в речевом поведении мужчин и женщин не вызывало сомнений (см. работы Есперсена [Есперсен 1922], Сепира [Sapir 1915], Маутнера [Mauthner 1921]), поскольку со всей очевидностью пол влияет на коммуникативное поведение участников общения вне зависимости от их роли в конкретном речевом акте. Кроме того, речевые гендерные стереотипы, некоторые из которых закреплены в языке (например, в пословицах и поговорках: *У бабы язык, что помело; Приехала баба из города, привезла вестей с три короба; Женщины умеют хранить секреты сообща*), играют важную роль в нашем восприятии других людей.

В данной диссертации выявляются, описываются и анализируются особенности проявления стереотипов речевого поведения мужчин и женщин в реальной коммуникации, осуществляемой в рамках интеллектуального общения.

Объектом исследования были выбраны речевые гендерные стереотипы, то есть представления носителей русской культуры об особенностях речевого поведения мужчин и женщин.

Предметом исследования явилась реализация речевых гендерных стереотипов в коммуникативном поведении участников интеллектуальных ток-шоу. При этом особое внимание нами уделялось соответствию

выявленных речевых гендерных стереотипов, существующих в сознании носителей русского языка и культуры, особенностям мужского и женского поведения. Многочисленные работы в области гендерологии показывают, что пол влияет на речевое поведение как самого человека, так и его собеседников. Это прослеживается на разных уровнях языка, от фонетики до синтаксиса (см., например, работы П. Траджилла, Т.В. Гомона, А.А. Вейлерт, Е.А. Земской, М.М. Китайгородской, Н.Н. Розановой и др.). В работе «Выражение согласия/несогласия в устной научной коммуникации: гендерный аспект» [Маслова 2007] была выдвинута гипотеза о том, что в научном дискурсе проявляются гендерные особенности, хотя он и насквозь пронизан формулами общения. Результаты проведённого Л.Н. Масловой исследования подтвердили, что даже в рамках научного дискурса мужчины и женщины по-разному выражают согласие и несогласие. Мы, в свою очередь, поставили перед собой задачу определить степень проявления гендерных различий, закреплённых в стереотипах, в определённых, довольно жёстких рамках интеллектуального общения.

Цель работы – выявить, описать и проанализировать реализацию речевых гендерных стереотипов в рамках русского телевизионного дискурса, а именно в аналитических ток-шоу с учётом влияния социальных факторов на формирование самих стереотипов.

Для достижения этой цели мы решили следующие основные **задачи**:

1. проанализировать существующую научную литературу, посвящённую гендерным исследованиям, с целью уточнения основных терминов и формирования понятийно-терминологического аппарата настоящего исследования;
2. разработать анкету и провести анкетирование среди получивших высшее образование носителей русского языка и культуры с целью выявления речевых гендерных стереотипов, существующих в сознании основных адресатов аналитических телевизионных ток-

шоу, с учётом ряда социальных факторов (пол, возраст, тип образования), влияющих на формирование стереотипов;

3. разработать основные принципы и алгоритм анализа данных и провести обработку полученных в ходе анкетирования результатов;

4. составить корпус телевизионных передач, в которых принимают участие гости мужского и женского пола;

5. осуществить расшифровку и письменную фиксацию текстов, составивших данный корпус;

6. разработать основные принципы анализа и выявить особенности проявления речевых гендерных стереотипов на материале корпуса текстов;

7. обработать и проанализировать все полученные в ходе исследования результаты и сформулировать внутренне непротиворечивые выводы о степени соответствия речевых гендерных стереотипов, существующих в сознании определённой группы носителей русского языка и культуры (основных адресатов аналитических ток-шоу), с одной стороны, и реально проявляющихся в непосредственном общении в условиях интеллектуального телевизионного дискурса – с другой.

Актуальность настоящей работы определяется необходимостью изучения гендерного аспекта интеллектуального общения, проходящего в рамках телевизионного дискурса. В последнее время возрастает интерес к гендерным исследованиям как за рубежом, где рассмотрение гендерной проблематики началось раньше, так и в нашей стране, где вопрос гендера стал актуальным в самом конце XX и особенно в начале XXI века [Кирилина 2005: 7]. В России проводятся научные семинары, конференции, посвящённые вопросам гендера, появляется большое количество разных работ, как статей, так и книг, монографий, кандидатских и докторских диссертаций, исследующих вопросы гендерной идентичности,

конструирования гендера, существующие гендерные стереотипы, их формирование и проявление в речевом поведении.

В связи с уже упомянутым ростом популярности гендерных исследований появляются работы, затрагивающие вопросы гендерных стереотипов, в том числе и речевых (например, с точки зрения социальных параметров [Гаранович 2011]), а также вопросы проявления гендера в поведении людей, участвующих в определённом типе коммуникации (например, в устной научной коммуникации [Маслова 2007]).

Новизна настоящей работы состоит в том, что впервые в рамках одного исследования предпринимается попытка выявить соответствие между представлениями носителей русского языка и культуры о женском и мужском речевом поведении и реальным общением мужчин и женщин. Впервые анализируются особенности реализации речевых гендерных стереотипов в условиях реального интеллектуального общения во время аналитических телепередач. Также впервые определяется значимость роли социальных факторов, которые влияют на речевые гендерные стереотипы, существующие в сознании получивших высшее образование носителей русского языка и культуры и проявляющиеся в реальной коммуникации.

На защиту выносятся следующие **положения**:

1. Реальное речевое общение мужчин и женщин, проходящее в рамках телевизионного интеллектуального дискурса, не полностью соответствует представлениям носителей русского языка и культуры о речевом поведении мужчин и женщин.
2. Выбор коммуникантами речевой стратегии и следование речевым гендерным стереотипам зависит как от социальных факторов, так и от контекстной ситуации общения. В ситуации речевого общения, складывающегося в рамках интеллектуального телевизионного дискурса, высшее образование, высокое социальное положение и формат общения будут являться более

важными факторами для реализации речевых гендерных стереотипов, чем пол говорящих.

3. Мужчины и женщины по-разному относятся к речевому поведению представителей своего и противоположного пола и по-разному оценивают качества, входящие в речевые гендерные стереотипы.
4. Речевые гендерные стереотипы, являющиеся представлениями носителей русского языка и культуры, получивших высшее образование, о речи мужчин и женщин, формируются под влиянием социальных факторов пола, возраста и типа образования и могут различаться в зависимости от этих социальных факторов в рамках данной группы людей.

В качестве *материала* исследования были использованы данные, полученные в результате проведённого эксперимента, а также полные тексты телевизионных программ.

Эксперимент состоял в анкетировании, в ходе которого было получено и проанализировано 3 206 реакций 250 носителей русского языка и культуры (125 мужчин и 125 женщин) в возрасте от 25 до 60 лет, имеющих высшее образование. Анкетирование состояло из двух этапов. На первом, основном, этапе целью анкетирования было выявить речевые гендерные стереотипы, в ходе второго, дополнительного, анкетирования главной задачей было понять, как носители русского языка и культуры оценивают качества речи мужчин и женщин, выявленные на первом этапе анкетирования.

Для анализа реализации речевых гендерных стереотипов в реальной коммуникации был выбран телевизионный дискурс как один из наиболее влияющих на сознание людей благодаря своей распространённости и наглядности. Для анализа были выбраны 15 программ двух интеллектуальных ток-шоу телеканала РБК-ТВ, общим звучанием 314 минут. Телеканал РБК-ТВ является российским бизнес-каналом и позиционирует себя как «специализи-

рованное, деловое телевидение»¹, предлагающее своей аудитории новости, аналитические обзоры, комментарии экспертов и т.д. Для анализа были выбраны ток-шоу «В фокусе» и «Диалог», в которых в основном затрагиваются экономические и политические темы. Участниками ток-шоу выступают люди, занимающие высокое общественное положение: высшее руководство крупных компаний, известные журналисты, политические деятели и т.д. Таким образом, для анализа были выбраны тексты, спонтанно порождённые образованными и авторитетными людьми.

Методологической базой исследования стали отечественные и зарубежные работы в области гендерной лингвистики (А.В. Кирилиной, Е.И. Горошко, Дж. Коатс, Д. Таннен, Б. Барон и др.), психолингвистики (Н.В. Уфимцевой, В.В. Красных), когнитивной лингвистики (Н.Д. Арутюновой, В.И. Карасика, Т.А. ван Дейка) и телевизионной журналистики (П. Бурдые, Н. Лумана, М. Маклюэна, Ж. Бодрийяра, В.А. Тырыгиной, Т.Г. Добросклонской), что было обусловлено междисциплинарным характером данной диссертации, так как исследования гендера невозможны без целого комплекса других антропоцентричных наук, таких, как психолингвистика, психология, социология, культурология и др.

В ходе исследования использовались *методы* текстологического, дискурсивного, структурного, синтагматического, семантического анализа, метод сопоставительного исследования, а также методы социопсихолингвистического анкетирования информантов.

Теоретическая значимость работы заключается в разработке основных принципов анализа конкретной реализации речевых гендерных стереотипов в условиях реального интеллектуального общения в рамках аналитического телевизионного дискурса. В работе описываются методы анализа языкового материала с точки зрения проявления речевых гендерных

¹ Сайт телеканала «РБК ТВ»: <http://rbctv.rbc.ru/about>.

стереотипов. Кроме того, разрабатывается алгоритм выявления речевых гендерных стереотипов в рамках групп людей, выделенных по разным социальным признакам.

Практическая ценность диссертации состоит в возможности использования полученных результатов в различных учебных курсах по языкознанию, психолингвистике, гендерной лингвистике, лексикологии, стилистике, межкультурной коммуникации. Также выводы диссертации могут найти применение при подготовке кадров для телевидения, PR-компаний, специалистов по имиджеологии и спич-райтеров.

Апробация результатов исследования осуществлялась в докладах на семинарах Русское культурное пространство (Москва, апрель 2011, апрель 2013), а также на III Международной научной конференции «Актуальные проблемы и современное состояние общественных наук в условиях глобализации» (Москва, июль 2011). Основные положения диссертации отражены в 6 публикациях.

Структурно работа включает в себя Введение, 3 Главы, Заключение, Библиографию, содержащую 180 наименований на русском, английском и немецком языках, а также снабжена Приложением, в которое вошли анкеты, предлагавшиеся в ходе эксперимента информантам, и таблицы с полными результатами анализа заполненных анкет.

Глава 1. Теоретическая основа исследования

1.1 К определению понятия «гендер»

Кандидатская диссертация посвящена исследованию речевых гендерных стереотипов, и сперва необходимо остановиться на определении основных терминов, используемых в названии, а также в самой работе. В первую очередь это, конечно, понятие гендера, которое напрямую связано с развитием гендерных исследований в гуманитарных дисциплинах вообще, и в лингвистике в частности (обзор в основном даётся по работам [Кирилина 1999]; [Кирилина 2004]).

В российскую науку слово «гендер» пришло из Европы в 90-х годах XX века с появлением нового направления в российском гуманитарном знании – гендерных исследований. В европейскую же науку слово «гендер»/«gender» пришло из английского языкознания, где было известно давно в значении «грамматический род». Однако в середине XX века этот термин был заимствован общественными науками, такими, как социальная философия, история, социология, психология и другими, и уже оттуда пришёл в лингвистику в новом качестве.

Впервые термин «gender» в новом значении был использован психологом и сексологом Д. Мани в 1955 году для разграничения общеполовых свойств, то есть пола как фенотипа, от сексуально-эротических: «Термин *гендерная роль* используется для обозначения всего того, что человек говорит или делает для того, чтобы показать себя, как обладателя статуса мальчика или мужчины, девочки или женщины, соответственно. Он включает сексуальность в значении эротизма, но не ограничивается ей» (“The term *gender role* is used to signify all those things that a person says or does to disclose himself or herself as having the status of boy or man, girl or woman, respectively. It includes, but is not restricted to, sexuality in

the sense of eroticism” [Money 1955: 253–264]; перевод на русский мой – И.П.).

В 60-х годах XX века этот термин начал встречаться в работах западных учёных, а в 80-х годах вошёл в широкое употребление, так как в отличие от слова «sexus» («пол»), термин «gender» обладает гораздо более широкой семантикой: «это понятие связывает с природной детерминированностью не только телесные различия мужчин и женщин, но и полоролевое разделение труда, неодинаковые требования и отношение общества к мужчинам и женщинам, разную общественную “ценность” лиц в зависимости от их пола» [Кирилина 2005: 8]. Другими словами, термин гендер подчёркивает социокультурную разницу представителей разных полов, а не биологическую. Таким образом, целью введения термина «гендер» было исключить биологический детерминизм, заключённый в понятии «sexus» и приписывающий социокультурные различия биологическим факторам.

1.2 История гендерных исследований в западной науке

1.2.1 Становление гендерных исследований

Ещё до появления гендерных исследований как таковых в антропологии и этнографии фиксировались различия в поведении, социализации, обычаях мужчин и женщин. «Существует мнение, что лингвистическая традиция, учитывающая фактор пола, уходит корнями в античный мир, когда началось осмысление категорий природного пола (sexus) и грамматического рода (gender)» [Халеева 1999: 5]. Однако только во второй половине XX века в гуманитарных науках началось становление и развитие гендерных исследований, которые были вызваны формированием нового философского направления – постмодернизма. Это новое философское направление, сменившее структуралистскую философию, принесло «новое понимание процессов категоризации, отказ от признания объективной истины, интерес к субъективному, развитие новых теорий личности» [Кирилина, Томская,

2005]. Соответственно, были пересмотрены многие категории, такие, как этническая принадлежность, возраст, а также пол. Проблема осмысления последнего, как биологического, так и социального, занимает особое место в идеологии постмодернизма.

Развитие общеметодологической базы последующих гендерных исследований началось в середине 50-х годов XX века, на которые пришёлся алармистский этап формирования гендерной науки. Этот этап характеризуется особым вниманием к ориентированности общественных наук на мужской мир и мужские ценности, что нашло отражение в постмодернистских трудах, которые критиковали ориентацию современного мира на мужскую половину человечества. Согласно идее Ж. Деррида, сознание современного европейского человека – это сознание белого мужчины, и, соответственно, вся система ценностей и взгляд на мир в европейском обществе осуществляется с позиций белого мужчины, что, естественно, отражено в языке. На основании этого взгляда феминисты заявили, что «все тексты и дискурсивные практики навязывают индивидам именно патриархатные, т.е. мужские ценности» [Кирилина 2005: 13].

Активное развитие гендерных исследований началось с появлением Нового женского движения, которое развернулось в США и Германии в конце 60-х – начале 70-х годов XX. Появление новых социально-философских идей, демократизация общества, студенческая революция 1968 года и активное развитие идей феминизма привели к образованию Нового женского движения в США в самом конце 60-х годов XX века. Представители этого движения вступили в борьбу с патриархатом и использовали гендерную концепцию мужского доминирования в политической борьбе.

Новое женское движение обратило внимание общества на андроцентричность окружающей его реальности. Поставив вопрос о неравенстве мужчин и женщин в обществе, представители как разных

направлений Нового женского движения, так и других научных дисциплин, не могли обойти стороной тот факт, что причиной неравенства являются не биологические различия, а разный социальный статус мужчин и женщин. Именно поэтому для различных исследований новых направлений начал активно использоваться новый термин «гендер», введенный Д. Мани, в том числе в сфере психологии, социологии, истории и других гуманитарных наук.

Целью использования нового термина было разграничить понятия «биологический пол» – *sexus, sex* – и «социальный/культурный пол» – *gender*. Однако каждая из вышеперечисленных наук, которые стали активно использовать термин «гендер» для этого разграничения биологического и социального пола, вкладывает своё особое содержание в понимание термина в зависимости от того, с какой точки зрения рассматриваются отношения представителей разных полов.

1.2.2 Значение термина «гендер» в гуманитарных науках

Особенно важным было введение термина «гендер» для социологов. Для социологии это понятие стало незаменимым, поскольку гендер наряду с другими социально-демографическими характеристиками, такими как возраст, раса, класс, организует социальную систему, частью которой является гендерная система – «совокупность отношений между полами (и внутри полов)» [Чекалина 2009: 8]. Социология понимает гендер, или социальный пол, как «организованную модель социальных отношений между женщинами и мужчинами, определяющую их социальные отношения в обществе, характеризующую их межличностное общение и взаимодействие в семье» [Чекалина 2009: 8]. В понимании социологии гендер конструируется через систему социализации, которая включает в себя разделение труда, культурные нормы, стереотипы и роли, принятые в обществе. Более того, эта система строит иерархию ценностей, в которую входят психологические

качества, способности, профессии, оценивающиеся как положительные или отрицательные для мужчин и для женщин. Таким образом, в зависимости от социокультурного контекста в одном и том же обществе в разное время понятия мужественности и женственности могут и непременно будут меняться.

Важную роль в понимании и использовании термина «гендер» сыграла и психология, которая занимается, в том числе, и вопросами самоидентификации личности как представителя того или иного пола. Психология активно изучает психологический пол человека, который, по мнению В.В. Абраменковой, основан на половом самосознании и ценностных ориентациях, полоролевой позиции личности, реализуемой ею в общении и деятельности [Абраменкова 2000].

Для психологии гендер – это «социально-психологический пол человека, совокупность его психологических характеристик и особенностей социального поведения, проявляющихся в общении и взаимодействии» [Чекалина 2009: 11]. Важность термина для психологии подтверждает и появление специального раздела психологии – гендерной психологии, которая изучает факты, механизмы и закономерности формирования и развития гендерных характеристик личности, особенности отношений между гендерами и их взаимодействие.

1.2.3 Термин «гендер» в языкознании

Получив широкое применение в различных гуманитарных науках, термин «гендер» несколько позже вернулся в языкознание в новом значении социального пола. Однако стоит заметить, что при этом в англоязычных работах по лингвистике слово «gender» используется и в своём старом значении грамматической категории рода. Не стоит также забывать, что нередко наряду с использованием термина «гендер» в западных гендерных исследованиях всё же используется и термин «sexus», хотя можно отчётливо

проследить тенденцию использования слова «gender» в значении «пол» в целях политической корректности даже вне научного дискурса.

Ситуацию усложняет также то, что исследования не проводятся на одном языке: написанные научные статьи и книги переводятся на другие языки. Поскольку понятия в разных языках не совпадают, нередко получается путаница в терминах. Так, например, в рамках русского языка невозможно адекватно перевести различие английских понятий «sex» – «gender» парой «пол» – «гендер», так как в английском слово «sex» имеет также значение «секс», и русское слово «пол» является менее семантически нагруженным.

1.2.4 Исследования гендера в языкознании

Как антропологи и этнографы, лингвисты обращали внимание на различие мужчин и женщин с точки зрения языка задолго до возникновения постмодернизма и термина «гендер». После открытия и изучения первобытных «экзотических» языков в XVII веке, лингвисты обнаружили в них существование мужского и женского вариантов языка, или даже двух обособленных языков.

Несколько позже, уже в начале XX века новые веяния, приведшие к распространению новой философии постмодернизма, обратили внимание лингвистов на этот факт и натолкнули на мысль о том, что похожее может происходить и в родных для исследователей европейских языках. Так, лингвисты начала XX века всё больше и больше внимания стали уделять гендерным аспектам языка и коммуникации. Интерес к языковой стороне различий полов возник в основном благодаря трудам Ф. Маутнера, Э. Сепира, О. Есперсена.

В книге "Beiträge zu einer Kritik der Sprache", вышедшей в 1913 году, Ф. Маутнер признаёт гендерные различия в первую очередь в европейских языках и объясняет их социальными и историческими факторами [Mauthner

1921]. В 1915 году выходит труд Э. Сепира, в котором исследуются языковые различия, отражающие социальную идентичность в индейских языках нутка, а именно: пол и статус. В основе различия Э. Сепир видел в первую очередь фонетику и морфологию [Sapir 1915].

Более подробно необходимо остановиться на фундаментальном труде О. Есперсена «Язык: его развитие, природа и происхождение», целая глава которого была посвящена особенностям женской речи. О. Есперсен был одним из первых лингвистов, которые сфокусировали своё внимание на различии в использовании лексики женщинами и мужчинами. Согласно автору, женщины употребляют другой набор лексики, более склонны к эвфемизмам и менее – к грубой лексике, они более консервативны и чаще владеют только родным языком. Что касается синтаксиса, женщины более склонны к использованию эллиптических конструкций и паратаксиса, что, по мнению О. Есперсена, говорит об умственном превосходстве мужчин. Впоследствии труд О. Есперсена подвергся серьёзной критике за то, что автор в основном опирался на свои личные наблюдения. Однако то, что относительно большая часть книги известного лингвиста была посвящена вопросам женской речи и её отличия от мужской, говорит о важности и актуальности данного вопроса в начале XX века [Есперсен 1922].

1.2.4.1 Новое женское движение

С началом господства постмодернизма, вопрос о языке и гендере стал особенно актуален, так как все направления, которыми представлен постмодернизм, объединяет несколько общих черт, одна из которых – «языковая концепция реальности» [Кирилина 2005: 11]. Согласно этой концепции, реальность является феноменом, созданным языком, а человек воспринимает реальность через призму своего языка и его стереотипы. Таким образом, большое внимание сторонников постмодернизма обращено к языку

и лингвистике, так как язык в рамках постмодернизма рассматривается как средство доступа к знанию о нелингвистических феноменах.

Как уже было упомянуто ранее, в конце 60-х – начале 70-х годов XX века о себе активно заявило Новое женское движение, давшее мощный толчок развитию гендерных исследований. Движение зародилось в США и немного позже нашло отклик в Германии, где центром исследований стал университет города Констанц. Благодаря появлению новых социально-философских идей, демократизации общества и студенческой революции 1968 года, представительницы нового движения вступили в борьбу с патриархатом и использовали гендерную концепцию мужского доминирования в политической борьбе.

Новое женское движение дало мощный толчок развитию гендерных исследований, и именно тогда возникло несколько новых направлений в языкознании, одним из которых стала феминистская критика языка, или феминистская лингвистика. Основная критика феминистской лингвистики была направлена на андроцентричность общества в целом и языка в частности. Язык обвиняли в сексизме и дискриминации женщин, которые, по их мнению, выражались в преобладании в языке мужских форм, объектности и вторичности женщин. Кроме того, сторонники феминистской лингвистики утверждали, что именно пол является одним из наиболее важных факторов, влияющих на построение коммуникации. Феминистская критика языка была направлена не просто на указание факта сексизма и дискриминации, но основной целью видела борьбу с ними и изменение языка.

В основе идеи необходимости реформирования языка лежала гипотеза лингвистической относительности Сепира-Уорфа. Гипотеза была выдвинута в 30-х годах XX века Б.Л. Уорфом, который опирался на идеи Э. Сепира. Суть гипотезы состоит в том, что представители разных культур, говорящие на разных языках, воспринимают мир по-разному, то есть восприятие мира и, соответственно, мышление обуславливаются языком говорящего. Мир

воспринимается человеком через призму родного языка, система моделей которого организует впечатления, полученные от окружающего мира, в сознании этого человека.

Феминистские исследования того времени можно условно разделить на две основные группы. Целью первой группы стало выявить «асимметрии в системе языка, направленные против женщин» [Словарь гендерных терминов 2002], то есть доказать сексизм языка. Целью второй группы было исследовать особенности коммуникации в смешанных и однополых группах на широком материале, например, телевизионных ток-шоу, общения в семье, диалогов врач – пациент. Исследования этого направления основываются на предположении о том, что стратегии поведения, в том числе и речевого, основываются на базе стереотипов, зафиксированных в языке.

Большая часть исследователей занималась поиском и изучением асимметрий языка. Отталкиваясь от теории Сепира-Уорфа, представительницы феминистской лингвистики активно настаивают на изменении языковых норм, считая это целью своих исследований, которые должны привести к равенству мужчин и женщин как в языке, так и в жизни.

В Германии самыми известными стали работы С. Трёмель-Плётц «Linguistik und Frauensprache» («Лингвистика и женский язык») [Troemel-Ploetz 1978] и Л. Пуш «Das Deutsche als Männersprache» («Немецкий – язык мужчин») [Pusch 1983]. Авторы этих работ были первыми, кто обратил внимание на проблему взаимосвязи пола и рода в языке на материале немецкого языка, а также поставил вопрос о нейтральности существительных мужского рода при обозначении людей, так как во многих контекстах, несмотря на то, что речь идёт о женщине, употребляются имена и местоимения мужского рода.

В США одной из основополагающих работ феминистской лингвистики стала книга Р. Лакофф «Язык и место женщины», опубликованная в 1973 году. Р. Лакофф одной из первых заговорила о несимметричности образов

мужчины и женщины в картине мира, и, соответственно, в лингвистической картине мира. Главной целью работы было показать, что язык отражает главенствующую позицию мужчины и образ ущербности женщины, предстающие в языковой картине мира. Р. Лакофф разработала собственную методологию, основывающуюся не только на лингвистике, но и на других науках, таких как психология, социология, антропология, история и т.д. Работа носит яркий полемический характер и содержит идеи возможного влияния на языковую политику [Lakoff 1973].

Р. Лакофф также рассматривала вопрос существования «женского языка» и выдвинула предположение о том, что «женский язык» впитывается девочками в детстве в процессе социализации, точно также как и поведение, которое подобает девочке, выражающее символическую слабость и подчинённость: игра в куклы, отказ от грубых игр, грубой лексики, готовность уступать, казаться менее агрессивными. Согласно Р. Лакофф, для «женского языка» характерно употребление языковых средств, снижающих силу высказываний, отказ от грубого языка и т.д. Как указывает Дж. Коатс в работе «Женщины, мужчины и язык», многие мысли, высказанные Р. Лакофф о женской речи, близки представлениям О. Есперсена об особенностях языка, используемого представительницами женского пола [Коатс 2005: 52-53].

Работа Р. Лакофф, как и работа О. Есперсена [Есперсен 1922], позже много критиковалась за отсутствие проанализированного репрезентативного материала. Кроме того, за норму была принята определённая социальная группа женщин – белые англоговорящие жительницы США среднего класса. Несмотря на ограниченность описания особенностей речи американских женщин, работа Р. Лакофф излагает общее положение о том, что наивно-лингвистические представления о женской речи создают картину о нормах женственности в том или ином обществе, то есть представители определённого общества считают речевой стиль, используемый женщинами,

показателем того, какими женщины являются. То есть если в западном обществе женский речевой стиль характеризуется снижением силы высказываний и неиспользованием грубой лексики, то и представления о женственности будут соответствующими.

Как и работа Р. Лакоффа, многие труды, написанные в рамках феминистской лингвистики, подвергались серьёзной критике, так как эмпирические исследования гендерных аспектов коммуникации доказали, что феминистская лингвистика допустила ряд методологических ошибок, таких как: приписывание фактору пола чрезмерной значимости, интенционализм, игнорирование контекста, недооценка качественных методов исследования. Феминистские исследования, особенно раннего этапа придавали слишком большое значение гендеру, считая его фактором, определяющим самоидентификацию личности. Хотя положения и подходы феминистской лингвистики подвергались критике, тем не менее, её успехи в области языковой политики были весьма серьёзными.

1.2.4.2 Социолингвистические гендерные исследования

Наряду с феминистской критикой языка в 60-е годы XX века возникли социолингвистические гендерные исследования. В отличие от трудов представителей переходного этапа, все исследования этого направления были проведены с привлечением широкого статистического материала.

Социолингвистика, или «наука о языке в его социальном контексте» [Коатс 2005: 35], изучает языковую вариативность: как стилистическую, так и социальную, то есть как в различных ситуациях один человек говорит по-разному, и чем отличается речь разных говорящих, которые являются представителями того или иного пола, возраста, социальной и расовой принадлежности, в одной и той же ситуации. Социолингвистов интересует в основном речь реального говорящего в реальном речевом обществе, или

разговорная речь, то есть спонтанная речь людей в коммуникации с хорошо знакомым человеком.

Для социолингвистов «мужчины и женщины представляют собой специфичные социальные группы, характеризующиеся особыми чертами» [Коатс 2005: 39], при этом данные две социальные группы отличаются друг от друга, и женщины рассматриваются как малая группа, то есть группа с низким социальным статусом. Возможны два подхода к данным социальным группам: подход «различий», когда мужчины и женщины рассматриваются как представители разных, но равноправных субкультур, и подход «доминирования», когда женщины воспринимаются зависимой группой, которая подчиняется доминирующей группе мужчин [Коатс 2005: 45].

В центре внимания исследователей социолингвистического направления была в первую очередь фонетическая сторона языка. Одной из основных работ в рамках социолингвистических гендерных исследований является труд У. Лабова «Вариации в языке», в котором изучались записи интервью с мужчинами и женщинами. Результаты исследования показали, что женщины склонны к использованию более престижных вариантов произношения. Кроме того, У. Лабов доказал возможность вариативности в речи любого носителя, то есть в разное время говорящий может использовать разные варианты произношения одного и того же слова [Labow 1971].

Похожие исследования со схожими результатами проводили П. Траджилл, изучавший произносительные варианты в Норвиче (район в Англии) [Trudgill 1972], Р. Макаулэй, исследовавший мужской и женский язык в Глазго [Macauley 1978], М. Ньюбрук, рассматривавший язык представителей обоих полов города Вест-Виррал [Newbrook 1982], С. Ромэйн, которая работала с учащимися начальной школы из рабочих семей [Romaine 1978] (подробный анализ, в том числе и сравнительный, представлен в книге Дж. Коатс «Женщины, мужчины и язык» [Коатс 2005]).

Представители социолингвистических гендерных исследований видели своей целью «исследовать взаимосвязь лингвистической вариативности с другими переменными в определённых социальных группах» [Коатс 2005: 96-97] и изучали преимущественно фонетические аспекты языка. Основным выводом их исследований можно считать следующее: мужчины и женщины склонны употреблять разные фонетические варианты в той или иной ситуации, и есть общая тенденция употребления женщинами более престижного варианта произношения, в то время как мужчины склонны использовать непрестижные формы.

В трудах социолингвистов язык представляется одним из символов групповой идентичности, используемый для того, чтобы с помощью того или иного варианта языка показать свою солидарность с представителями той или иной социальной группы, а также принадлежность к этой группе. Именно это объясняет желание мужчин использовать в своей речи менее литературные варианты, обладающие скрытым престижем. Кроме того, «варьирование языка мужчинами и женщинами может рассматриваться как средство поддержания собственной идентичности» [Коатс 2005: 120].

1.2.4.3 Кросскультурные и лингвокультурологические исследования гендера

Несколько позже, в 70-е годы XX века, появляются кросскультурные и лингвокультурологические исследования на основе широкого материала разных языков мира, также в рамках этих направлений переосмысливаются методологические проблемы. Основной задачей кросскультурных, этнокультурологических и лингвокультурологических исследований является описание концептов маскулинности и фемининности в разных культурах и выявление составляющих этих концептов, то есть описание тех черт, которые считаются важными и значимыми для обоих гендеров в этом обществе (см., например, [Maltz, Borker 1982]; [Brown, Levinson 1988]).

Представители кросскультурных и лингвокультурологических направлений основной целью исследований видят описание того, как в наивной картине мира фиксируется культурно значимая информация, а именно гендерные аспекты. На данный момент основная информация получена на материале американского варианта английского языка, а также главных европейских языков – немецкого и французского. Однако концепты мужественности и женственности не являются универсальными и различаются в разных культурах в зависимости от того, что принято в том или ином обществе.

1.2.4.4 «Мужские исследования»

В конце 80-х годов XX века в ответ на повышенное внимание к женщинам и их роли в обществе, на Новое женское движение и феминистскую критику, оформились «мужские исследования», в центре внимания которых были не женщины и их поведение, в том числе и языковое, а мужчины и мужская гендерная идентичность. Их основной целью было не доказать мужское доминирование и патриархальность языка, а проанализировать, как гендер конструируется и воспроизводится в социальных процессах как женщинами, так и мужчинами, а также изучить концепт мужественности, его конструирование, классифицировать типы мужественности, нормы, требования и т.д.

Основной задачей представителей этого направления стало разграничить разные типы мужественности, существующие в культуре, и выделить из них наиболее близкий к доминирующей мужественности – образцу для подражания, по мнению общества. Так, например, согласно работам В. Поллака, в английском языке существует четыре стереотипных идеала, которые активно принимают участие в социализации мужчины. [Pollak 1995]. Кроме того, исследователи маскулинности изучали изменение

стереотипа доминирующей мужественности в истории и проявление этих изменений в языке.

1.2.4.5 Биодетерминистское направление и его критики

Говоря о развитии гендерных исследований в лингвистике, нельзя не упомянуть и биодетерминистское направление, которое также появилось в 80-е годы XX века. Точка зрения биодетерминистов основывается на межполушарной асимметрии мозга у мужчин и женщин, а также на разном гормональном балансе. Этими фактами объясняются когнитивные различия представителей разных полов, что находит подтверждение в экспериментах. Так, например, распространено мнение, что у женщин выше способность к языкам, в то время как у мужчин лучше визуально-пространственные навыки. Как показали эксперименты, характер нарушений речи после повреждения определённого участка мозга у мужчин и женщин был разным, из чего можно сделать вывод о том, что нейронная организация мозга у представителей разных полов разная (см., например, работу [Гольдберг, Коста 1995]).

Однако у биодетерминистского подхода есть свои противники, приводящие аргументы о том, что результаты экспериментов противоречивы, и что у каждого человека индивидуальное доминирование правого и левого полушарий, а также утверждающие, что помимо биологического аспекта, большую роль играет социальный статус человека.

Так, например, У. Лабов, работу которого мы уже упоминали, в 70-е годы XX века в своих исследованиях показал, что гендер не обусловлен биологически, то есть поведение, в том числе и языковое, мужчин и женщин обусловлено не природой, а зависит от принадлежности к социальной группе [Labow 1971]. Исследования П. Траджилла доказали обратно пропорциональную зависимость образования и различия речевого поведения мужчин и женщин [Trudgill 1972], работы Й. Швиталлы показали

зависимость речевого поведения от социальной среды и образования у разных представителей одного пола [Schwitalla 1995].

Американский социолог и психолог И. Гоффман, занимавшийся изучением интеракции, в своих работах пишет, что биологический пол является лишь начальным фактором для разделения общества на два класса и для закрепления разных норм для представителей этих классов. Он пришёл к выводу, что социальный пол, то есть гендер, не приобретает автоматически при рождении вместе с биологическим полом, а усваивается в процессе социализации ребёнка. Ребёнок, взрослея, осваивает необходимые модели поведения, которые присущи представителям того или иного гендера в данной культуре [Goffman 1994].

Более того, как пишет В. Поллак, нередко общество довольно жестко навязывает мальчикам определённое поведение, которому они должны следовать, «из-за давления, которое общество направляет на мальчиков, указывая, что они должны действовать жёстко, следовать строгому коду мужественности и скрывать свои реальные и уязвимые эмоции любой ценой» (“Because of the pressure society places on boys to act tough, follow a strict code of masculinity, and hide their genuine and vulnerable emotions at all costs” [Pollak 2004: 143]; перевод на русский мой – *И.П.*).

Исследование языка судебных заседаний, проведённое В. О’Барром и Б. Аткинсом, также показало, что, помимо пола говорящего, важными факторами оказываются социальный статус, а также опыт участия говорящего в судебных процессах, то есть привычность сложившейся ситуации. Таким образом, можно говорить о показателях коэффициента «женского языка» по условной шкале, которые в норме будут высокими у женщин и низкими у мужчин [O’Barr, Atkins 1980].

Соответственно, различия мужчин и женщин не просто воспроизводятся в коммуникации, а регулируются общественными институтами. Таким образом, гендер институционализован и ритуализован,

так как он становится привычным и «получает общепринятые формы выражения, приобретает узнаваемый вид, становится необходимой частью внешней формы, типичной для всех членов данного общества составляющей поведения и не зависит от воли и намерений индивида» [Кирилина 1999: 1].

Согласно И. Гоффману [Goffman 1994], именно гендер играет существенную роль в жизни людей, а не пол, так как для умений и навыков, необходимых в современной повседневной жизни, биологические различия мужчин и женщин не принципиальны. Однако эти различия воспринимаются как существенные, так как на них строится разделение труда. При рождении ребёнка относят к одному из двух классов, согласно его биологическому полу, и на основании этого человек усваивает тип поведения, присущий одному из классов в данном обществе, то есть происходит формирование гендерной идентичности человека.

Теорию И. Гоффмана подтверждают его эксперименты, в которых людям было предложено интерпретировать плач младенца, при этом части респондентов сообщали, что младенец – мальчик, другой части, что младенец – девочка. Эксперименты показали, что одно и то же действие младенца интерпретируются по-разному в зависимости от информации о поле ребёнка, полученной респондентом: плач, например, интерпретируется как просьба о помощи, если наблюдателю сообщали, что перед ним девочка, и как требование или выражение недовольства, если респонденту говорили, что младенец – мальчик. Из этого можно сделать вывод, что у каждого человека есть соответствующие представления об обоих гендерах, навязанные обществом и общественными институтами, через которые он смотрит на окружающий мир.

Помимо институализации, по мнению И. Гоффмана, большую роль играет ритуализация пола. И. Гоффман трактует ритуалы как подтверждения фундаментальных общественных отношений и считает, что они несут сигнальную функцию. Примером ритуализации пола является различие

стилей одежды, причёсок мужчин и женщин, различие речевого поведения (лексики, интонации, стилистики), жестов и т.д. Ритуальные действия, свойственные мужчинам и женщинам, регламентируются обществом, хотя конкретный индивид может отклониться от предписаний. Ритуалы обычно известны всем участникам общения и формируют ожидания от второго коммуниканта.

Несколько другой точкой зрения является подход, когда считается, что каждый человек в процессе общения создаёт свою гендерную идентичность, то есть происходит процесс конструирования гендера – “doing gender”. Так, например, согласно Д. Зиммерману и К. Уэсту «категория принадлежности по полу и гендер являются управляемыми свойствами поведения» [Уэст, Зиммерман 2000: 210]. То есть принадлежность человека к тому или иному гендеру не ограничивается исключительно статическим аспектом, а является тем, что «человек *делает* и делает постоянно в процессе взаимодействия с другими» [там же: 210].

Однако С. Хиршауэр считает, что Д. Зиммерман и К. Уэст переоценивают роль гендера, так как распространены ситуации, когда гендер нерелевантен для общения. В дополнение к термину «doing gender» он также вводит термин «undoing gender» для характеристики ситуаций, когда пол коммуниканта никак не влияет на общение, а также вводит понятие «гендерной нейтральности». Таким образом, согласно С. Хиршауэру, презентация гендерной идентичности индивидом не происходит постоянно и не пронизывает все действия человека, более того, наряду с полом важными факторами идентичности являются возраст, социальное положение и другие [Hirschauer 1993].

Примирая обе точки зрения, Б. Барон в своей работе «Закрытое общество» отмечает, что, по её мнению, «понятие “конструирования гендера” (обоснованное для анализа ситуаций общения и выявляющее стабильность процессов гендерных ролей, но недооценивающее

эффективность процессов институционализации) согласуется с научными выводами И. Гоффмана о роли общественных институтов и рационально дополняется ими» [Барон 2005: 519]. В исследованиях последних лет всё чаще обращается внимание на системный характер гендера, который включает в себя как социальные институты, так и коммуникативное поведение людей.

При этом не стоит забывать, что исследования последних десятилетий показали, что гендер – не единственный фактор, влияющий на поведение человека. На современном этапе развития гендерных исследований гендер видится лишь одним из нескольких параметров, которые играют важную роль в процессе конструирования социальной идентичности говорящего в процессе общения, наряду с возрастом, статусом, принадлежностью к той или иной социальной группе.

Говоря об исследованиях последних десятилетий, нельзя не упомянуть Д. Таннен, которая объясняет различие в общении мужчин и женщин тем, что к представителям разного пола обществом предъявляются разные требования. Кроме того, часто социализация мальчиков и девочек происходит в однополых группах, что также усиливает разницу в общении. Д. Таннен вводит понятие «гендерлект», имея в виду социально и культурно обусловленные особенности общения мужчин и женщин [Tannen 1989].

Итак, подводя итог сказанному выше, необходимо ещё раз отметить, что появление термина «гендер» было обусловлено сложившимся социальным и философским контекстом, без понимания которого невозможно оценить важность введения нового термина и понять, почему он появился в данное время и в данном месте, а именно в середине XX века в европейской гуманитарной науке.

1.3 История гендерных исследований в отечественной науке

1.3.1 Исследование вопросов гендера в Советском Союзе

Так как настоящая работа проделана в рамках российской лингвистики, то необходимо рассмотреть историю гендерных исследований в России (обзор даётся с опорой на работы: [Кирилина 1999, 2004]). Несмотря на то, что, как уже было сказано, термин «гендер» был заимствован из европейской науки в 90-х годах XX века и в современных отечественных трудах по гендерной проблематике нередко представлено мнение, что гендерные исследования в России только зарождаются, различие поведения, в том числе и речевого, мужчин и женщин довольно активно исследовалось в СССР. Так как наука в Советском Союзе развивалась отдельно от западной, отечественной лингвистике того периода удалось избежать влияния студенческой революции, феминистского движения и, как следствие этого, феминистская лингвистика, критика сексизма в языке и активные призывы к изменению языка с целью его политически корректного употребления не получили в СССР активного развития.

Отсутствие главного двигателя гендерологии – феминистского движения – объясняется отличной от западной политикой СССР по отношению к мужчинам и женщинам. Так, в 1917 году женщины получили равные гражданские права с мужчинами в Советском государстве, в том числе право получать высшее образование и осваивать любые профессии: не только традиционно женские, но и мужские, такие, как тракторист, лётчик, капитан дальнего плавания и т.п. Кроме того, в советскую эпоху в России государственная политика активно способствовала вовлечённости женщин в активную социальную жизнь, не только давая право, но и обязывая работать и участвовать в политической жизни страны наряду с мужчинами.

Отечественное языкознание XX века рассматривало проблему социального пола, ещё не называя его гендером, в рамках других лингвистических дисциплин, не создавая отдельного научного направления.

Отличительной чертой исследований советских учёных стало «имплицитное допущение социальной обусловленности многих явлений, отражающих взаимосвязь пола и языка» [Кирилина, Томская 2005], что, возможно, связано с господством теории К. Маркса в советский период. Изучение пола в советский период языкознания также носило во многом прикладной характер, так как большое количество исследований решали потребности криминалистической экспертизы (см. труды [Вул, Мартынюк 1987; Горошко 1996]).

Говоря об особенностях отечественных исследований социального пола в советский период, нельзя не заметить, что исследования проводились не только женщинами, но и мужчинами, чего не наблюдается в западных исследованиях гендера того же периода, что косвенно говорит о большей симметричности гендерных ролей мужчин и женщин в советском государстве.

А.В. Кирилина в книге «Гендерные исследования в лингвистике и теории коммуникации» [Кирилина 2004] выделяет два основных направления исследований вопросов социального пола, которые разрабатывались в отечественном языкознании советского и постсоветского периодов:

1. психолингвистические и социолингвистические исследования письменных и устных текстов с целью выявления особенностей речи мужчин и женщин, влияния пола и возраста на особенности процесса вербальной коммуникации, восприятия речи мужчинами и женщинами, поведения в рамках ассоциативного эксперимента;
2. изучение наименований мужчин и женщин, исследование категории рода и проблем референции, возникающих в связи с ней.

Советские лингвисты занимались изучением письменной прозы мужчин и женщин (см. работу [Крючкова 1975]), частотности употребления разных частей речи мужчинами и женщинами (см. работу [Вейлерт 1976]), влияния

пола на поведение мужчин и женщин в вербальной коммуникации (см. работы [Мошинская 1978; Караулов 1996]), речи мужчин и женщин в замкнутых коллективах (см. работы [Холод 1997а, 1997б]), ассоциативной картины мира и ассоциативных полей в представлении женщин и мужчин (см. работу [Земская, Китайгородская, Розанова 1993]).

Гендерные исследования в отечественном языкознании имели ярко выраженную практическую направленность. Многие исследования касались установления признаков, идентифицирующих автора как представителя того или иного пола, а также проводили диагностику имитации речи представителя другого пола. Главной целью исследований было разработать методики, позволяющие установить факт имитации речи лицом противоположного пола (см., например, работы [Вул, Мартынюк 1987; Леонтьева, Мартынюк 1989]).

Первым шагом к разработке таких методик было составление чёткого списка признаков мужской и женской речи. Одной из наиболее показательных работ является кандидатская диссертация Т.В. Гомона «Исследование документов с деформированной внутренней структурой» [Гомон 1990], в которой после многоуровневого отбора материала, статистического анализа и анализа экспертных оценок автор выделяет два комплекса классификационных признаков мужской и женской речи: поверхностные признаки и глубинные признаки. Это была первая попытка создать теоретическую модель для описания женской и мужской речи на материале русского языка, что было крайне важно для развития как советской, так и постсоветской гендерной лингвистики и криминалистики.

Помимо психолингвистических и социолингвистических исследований письменных и устных текстов, в Советском Союзе изучались категории рода и наименований лиц женского и мужского пола, то есть грамматических и лексических аспектов языка, связанных с социальным полом человека. Отечественные лингвисты начали задаваться вопросами номинации гораздо

раньше появления феминистской лингвистики в США и Европе. Например, ещё в 1938 году М.Я. Немировский в работе «Способы обозначения пола в языках мира» [Немировский 1938] рассматривает то, как обозначается пол в различных языках.

Вопросами категории рода и номинативной системы русского языка в отечественной лингвистике занимались в первую очередь грамматика, морфология и лексикология. Большое количество работ, написанных советскими и позже российскими лингвистами, посвящено наименованиям лиц мужского и женского пола (работы [Янко-Триницкая 1966; Китайгородская 1976; Кронгауз 1996; Шахмайкин 1996] и др.).

1.3.2 Постсоветские гендерные исследования

С распадом Советского Союза в начале и середине 90-х годов многие науки, в том числе и лингвистика, смогли получить полный доступ к трудам, которые были написаны на Западе. Именно этот период считается временем зарождения собственно гендерных исследований в России, то есть зарождения научного направления, которое систематично изучает гендерные аспекты языка и речи. В первую очередь учёные обратили внимание на общеметодологические вопросы гендерной лингвистики и онтологический статус гендера, а также на систематизацию трудов зарубежных учёных с целью использовать западные методики на материале русского языка. Не были забыты и труды отечественных лингвистов, посвящённые вопросам гендера. В рамках становления новой дисциплины происходило осмысление пола как конвенционального феномена, и признание конвенциональности гендера, который по-разному проявляется в разных культурах и языках в разное время. Именно признание конвенциональности гендера стало одним из важнейших принципов гендерных исследований (см. работы [Горошко 1996, 1997; Кирилина 1997; Ольшанский 1997]).

В это время начали проводиться исследования речи и коммуникации представителей обоих полов, были написаны работы по исследованию формирования и эволюции наименований женщин в русском языке, семантики обозначения животных в зависимости от их пола, семантической наполненности понятий «мужественность» и «женственность» и т.д. (см. работы [Демичева 1996; Еременко 1998; Шведчикова 1998] и др.). Также стали появляться работы лексикографической направленности ([Попов 1999; Маланина, Колесникова 2001; Колесникова 2001, 2002]). Исследования проводились на материале не только русского, но также английского и некоторых других европейских языков (в основном французского и немецкого). Кроме того были написаны работы, в которых сопоставлялся материал русского и иностранных языков (см. работы [Бакушева 1995; Колосова 1996; Федотова 1999; Табурова 1999а, 1999б, 2000] и др.).

Среди прочих исследователей следует упомянуть лабораторию гендерных исследований Московского государственного лингвистического университета (МГЛУ), которая проводила регулярные международные конференции «Гендер: язык, культура, коммуникация».

Гендерная школа МГЛУ рассматривает гендер как культурный феномен и сосредоточивает научное внимание на отражении гендера в языке и его конструировании в коммуникации людей. Однако представители этой школы придерживаются мнения, что категория гендера присутствует в языке не постоянно и может проявляться в коммуникации с разной интенсивностью, то есть является «плавающим» параметром [Кирилина 2004: 87].

На сегодняшний день актуальность гендерных исследований в лингвистике очевидна: появляется большое количество публикаций по гендерной проблематике на материале различных языков, периодических изданий, проводятся конференции, семинары, научные форумы, растёт число кандидатских и докторских диссертаций, пишутся монографии, посвящённые вопросам гендерной лингвистики. Также появляются работы

методологического характера, и в 2002 году выходит «Словарь гендерных терминов». Эти факты свидетельствуют о повышении уровня теоретической разработанности новой научной дисциплины.

На современном этапе развития гендерной лингвистики можно выделить несколько основных направлений исследований. В статье «Лингвистические гендерные исследования» авторы, А.В. Кирилина и М.В. Томская, выделяют три основных направления в России:

1. социо- и психолингвистическое направление, в рамках которого исследуется русское языковое сознание через письменные и устные тексты, ведётся полемика о первичности/вторичности природного и социального аспекта гендерных различий (вопрос о правомерности гипотезы межполушарной асимметрии);
2. лингвокультурологическое направление, занимающееся изучением специфики и функционирования русских стереотипов маскулинности и фемининности, гендерных асимметрий, гендерных метафор, наполненности культурных концептов «женственность» и «мужественность», гендерной стороны фразеологии;
3. коммуникативно-дискурсивное направление, изучающее языковое конструирование гендера в коммуникации мужчин и женщин в различных ситуациях, а также особенности речевого поведения представителей женского и мужского пола.

Все направления современной гендерной лингвистики в том или ином виде изучают то, как различия между полами конструируются и отражаются в социальном общении. При таком подходе гендер видится как «институционализированный и ритуализированный социокультурный конструкт – один из параметров личности индивидуума» [Кирилина, Томская 2005]. Общественные институты, такие, как школа, армия, церковь и другие, поддерживают различия мужчин и женщин и признают их нормой, создавая гендерную асимметрию, которая проявляется в разных общественных

ритуалах для мужчин и женщин: форма одежды, символика, цвета и т.д. Гендер с такой точки зрения является продуктом культуры, отражающим представления общества о мужественности и женственности, или маскулинности и фемининности. Эти представления зафиксированы в народных сказках, фольклоре, традициях и, естественно, в языке, и присутствуют в сознании представителей культуры в качестве гендерных стереотипов – некоего представления с минимально значимым набором качеств и свойств. Таким образом, фемининность и маскулинность – не просто признаки биологической принадлежности, а социально и культурно обусловленные понятия, включающие также категорию оценки индивида обществом. Оценка – настолько важная часть этих концептов, что несоответствие человека гендеру, к которому он должен с точки зрения общества принадлежать, будет активно порицаться обществом.

Следует заметить, что на современном этапе развития гендерных исследований гендер видится лишь одним из параметров, играющих роль в конструировании социальной идентичности говорящего в процессе общения, наряду с возрастом, статусом, принадлежностью к той или иной социальной группе. Тогда как в процессе становления гендерных исследований, особенно на этапе возникновения феминистского движения в Европе и Америке, гендеру отводилась гораздо более значительная роль – роль единственного и неоспоримого фактора социального неравенства мужчин и женщин.

1.3.3 Термин «гендер» в российской гуманитарной науке

Несмотря на то, что термин «гендер» был заимствован российской наукой чуть более 20 лет назад, это понятие широко и активно используется отечественными лингвистами. При всём множестве определений термина «гендер» большинство исследователей сходятся во мнении, что гендер – «продукт развития культуры и общества, институционализован и

ритуализован и, следовательно, имеет относительный характер; признаётся конвенциональной сущностью» [Кирилина 2003].

Однако для того, чтобы понять, какие дополнительные свойства может приобретать термин «гендер» в понимании разных лингвистов, приведём несколько определений, выдвинутых российскими исследователями. По мнению Н.Л. Пушкарёвой, гендер можно определять как «комплексное переплетение отношений и процессов и в то же время как фундаментальную составляющую отношений социальных, укоренённую в культуре, содержащую элементы устойчивости и изменчивости, представляющую одну из основ стратификации общества по признаку пола и в то же время рассматриваемой в неразрывной связи с его биологическими функциями» [Пушкарёва 1999: 22].

Е.И. Трофимова придерживается мнения, что гендер – культурно-символическое определение пола, и соглашается с определением, данным Э.Е. Новиковой: гендер – понятие, которое «используется для обозначения всех тех социальных и культурных норм, правил, ролей, приписываемых людям обществом в зависимости от их биологического пола» [Трофимова 2002; Новикова 1998: 4].

Однако есть отечественные учёные, которые придерживаются точки зрения, согласно которой не нужно использовать иностранный термин «гендер». Так, например, С.А. Ушакин неоднократно в разных своих работах ставит вопрос о необходимости и возможности использования термина «гендер» в рамках российской действительности (см., например, [Ушакин 2007]). Он это объясняет тем, что категория гендера носит исторический характер и, соответственно, отражает историю западного общества. Более того, категория гендера оказывается инструментом анализа того общества, в рамках которого возникла и развивалась. Таким образом, получается, что термин «гендер» никоим образом не связан с историей России и не может быть использован для изучения российского общества. С точки зрения

С.А. Ушакина, вместо термина «гендер» следует использовать слово «пол» для анализа отношений между мужчинами и женщинами в рамках российского общества. Более того, он также добавляет, что заимствование чуждого понятия с Запада свидетельствует о «кризисе собственной идентичности» [Ушакин 2007: 193].

Некоторые исследователи вступают в полемику с точкой зрения, согласно которой невозможно использование термина «гендер» в российских гуманитарных науках. Так, Н.А. Блохина считает, что нельзя однозначно утверждать, что «понятие гендера не может стать аналитической категорией в российской общественной и гуманитарной науке» [Блохина 2003], а также приводит разные опровержения точки зрения С.А. Ушакина.

С одной стороны, мнение С.А. Ушакина логично и обосновано. Как уже было сказано ранее, ещё до 90-х годов XX века советские исследователи рассматривали вопросы различия речи мужчин и женщин, не имея в арсенале этого термина. Кроме того, в современных российских исследованиях, посвящённых данной проблеме, активно используются термины, в состав которых входит слово «пол»: социальный пол, полоролевая дифференциация, половой диморфизм и др. Это в том числе обусловлено и тем фактом, что слово «пол» в русском языке, в отличие от слова «sex» в английском, нейтрально, а, следовательно, акцентирует внимание как на биологическом, так и на социальном различии мужчин и женщин, но при этом не затрагивает область репродуктивной функции.

Бесспорно, что использование слова «гендер» в западном языкознании обусловлено не только и не столько исключительно его смыслом, но его контекстом появления, т.е. философской и социально-политической ситуацией середины – второй половины XX века. Термин «гендер» стал своего рода флагом феминистического движения за равноправие женщин. Такого контекста в СССР не было, во многом благодаря активной позиции

государства и пропаганде всеобщего равенства, в том числе и равенства полов.

Однако после распада Советского Союза российское общество подверглось значительному влиянию западного сообщества. Европеизация принесла разные плоды, в том числе изменилось отношение к женщине, что, например, можно наблюдать в прессе: в работе «Гендерные аспекты массовой коммуникации» А.В. Кирилина рассматривает прессу 30-х годов и 90-х годов XX века. Если пресса 30-х годов нейтрально рассматривает женщину, то в текстах журналов 90-х годов акцентируется внимание на следующих гендерных стереотипах: женщина является сексуальным объектом, в ряде случаев женщина приобретает статус жертвы, происходит эстетизация женской внешности и образа женщины, а также градация по возрасту [Кирилина 2000б: 79].

Таким образом, можно сказать, что в современной России статус женщины отличается от того, каким он был в Советском Союзе. Кроме того, если говорить о различии мужчин и женщин в России, то оно, несомненно, есть, и в подавляющем большинстве случаев базовым, то есть положительным вариантом, является мужское, в то время как женское считается вторым, худшим вариантом. Одним из ярких примеров является понятие современной «женской литературы», которое имеет определённую отрицательную коннотацию «недолитературы» (множество подобных примеров можно найти в статье Е.И. Трофимовой «К вопросу о гендерной терминологии» [Трофимова 2002]).

Что касается «кризиса собственной идентичности», который вынуждает заимствовать чуждое для нашей культуры понятие, можно вспомнить множество примеров заимствований из западных наук в силу разных причин. Ярчайшим примером является появление в русском языке слова «лингвистика», которое является близким, если не полным, синонимом слов языкознание или языковедение. Однако даже при наличии уже

имевшегося близкого понятия, слово лингвистика заняло свою нишу в русском языке. Что касается термина «гендер», он не является близким, и тем более полным, синонимом слова «пол». Это более сложное и многогранное понятие, которое несёт в себе информацию, не содержащуюся в термине «пол».

В таком случае термин «гендер» является более кратким и ёмким словом для обозначения социально-культурных представлений о женственности и мужественности. Более того, при использовании слова «пол» в нашей голове всплывает имплицитное знание о том, что есть два биологических пола. Используя термин «гендер», который для исследователя/читателя является относительно новым и не предполагает предварительных знаний, мы можем избежать проведения параллели с биологическим набором морфологических признаков того или иного индивида.

Таким образом, автор настоящего исследования согласен с учёными, считающими, что термин «гендер» имеет право на существование и употребление в российской гуманитарной науке, и, основываясь на вышеизложенном анализе материала по гендерным исследованиям, определяет его следующим образом: **гендер является совокупностью социально-обусловленных и социально-значимых аспектов поведения мужчин и женщин, в том числе и языкового, которые конструируются и выражаются в рамках культуры данного общества.**

То есть гендер не является универсальной биологической характеристикой, которая приобретается индивидом с рождением согласно наличию морфологических признаков, а создаётся обществом, социальными институтами и культурными традициями. И хотя гендер является не лингвистической категорией, а социальной, гендерные отношения фиксируются в языке и влияют на поведение человека, в том числе и речевое.

Автор настоящей работы придерживается точки зрения, что термины «социальный/социокультурный пол» могут использоваться в качестве близких синонимов термину «гендер», в отличие от слова «пол», значение которого охватывает скорее биологический пол того или иного человека, нежели его социальный статус.

1.4 Понятие «стереотип»

Следующим ключевым понятием в данном исследовании является термин «гендерный стереотип». Однако прежде чем переходить к исследованию гендерных стереотипов, необходимо понять, что есть «стереотип» и «гендерный стереотип», и какие гендерные стереотипы есть в нашем обществе. Само понятие стереотипа многогранно и может пониматься по-разному разными исследователями.

1.4.1 Стереотипы в гуманитарных науках

Согласно «Словарю когнитивных терминов» стереотип – это «форма обработки информации и состояния знаний» [Словарь когнитивных терминов 1996]. Само слово пришло в научную терминологию из типографского дела, где оно означало «монолитную печатную форму в виде рельефной копии с типографского набора, используемую для печатания многотиражных или повторных изданий» [Новый словарь русского языка 2000]. В научном контексте термин «стереотип» был впервые употреблён в начале XX века У. Липпманом, который изучал природу общественного мнения и анализировал социально-психологические аспекты деятельности людей [Липпман 2004: 98].

Рассматривая механизмы восприятия информации, У. Липпман ввёл понятие стереотипа как средства контроля понимания окружающего мира: «Для того чтобы охарактеризовать предмет, не обязательно видеть его. Обычно сначала мы даем ему определение, а потом рассматриваем. В огромном шумном многоцветии внешнего мира мы вычленим то, что уже

было определено нашей культурой. Мы воспринимаем предметы через стереотипы нашей культуры» [Липпман 2004: 97]. Согласно У. Липпману, отдельные стереотипы объединяются в системы стереотипов, которые в совокупности представляют собой «социальную реальность» – ещё один стереотип.

После того, как У. Липпман ввёл термин в научный обиход, слово «стереотип» стало активно использоваться исследователями, работающими в разных сферах гуманитарных наук от психологии и социологии до лингвистики и этнографии. Это объясняет множественность разных пониманий термина, вплоть до существования разных типов стереотипов.

Большая часть учёных, в основном социологов, рассматривает стереотип в контексте социального взаимодействия людей в качестве некой модели, связанной с выбором того или иного поведения в той или иной ситуации. Так, например, Ю.Е. Прохоров определяет стереотип как «социокультурно маркированную единицу ментально-лингвального комплекса представителя определённой этнокультуры, реализуемую в речевом общении в виде нормативной локальной ассоциации к стандартной для данной культуры ситуации общения» [Прохоров 1997: 98].

Мы рассматриваем стереотипы как элемент системы ментефактов – «элементов “содержания” сознания» в понимании В.В. Красных: стереотипы являются «некоторым “представлением” фрагмента окружающей действительности, фиксированной ментальной “картинки”, являющейся результатом отражения в сознании личности “типового” фрагмента реального мира, неким инвариантом определённого участка картины мира» [Красных 2002: 177-178]. То есть стереотип является фрагментом картины мира, который существует в нашем сознании как некое устойчивое, минимизировано-инвариантное представление, обусловленное национально-культурной спецификой.

При этом стереотипы можно подразделить на две группы: 1. стереотипы поведения, которые предписывают определённое коммуникативное поведение в той или иной ситуации и выступают в роли канона, то есть выполняют прескриптивную функцию; 2. стереотипы-представления, являющиеся клише сознания, определёнными представлениями о ситуации или предмете, предсказывая набор ассоциаций, связанный с ними, то есть эталоны, которые не предписывают, а выполняют предиктивную функцию. В зависимости от объекта стереотипизации среди стереотипов-представлений можно выделить стереотипы-ситуации и стереотипы-образы, которые хранятся в нашем сознании. Стереотипы-ситуации и стереотипы-образы хранятся в сознании в виде клише, однако первые могут актуализироваться как штампы в процессе коммуникации [там же: 178-180].

Особенностью стереотипов является то, что они прототипичны, и каждый стереотип является своего рода абстрактным, собирательным образом, свойства и качества которого редуцированы до минимума, достаточного для разграничения одного стереотипа от другого. Будучи обусловленными сознанием, стереотипы обладают национально-культурной спецификой, условны и могут изменяться во времени.

1.4.2 Гендерные стереотипы и речевые гендерные стереотипы

Гендерные стереотипы являются частным проявлением стереотипов и, соответственно, также прототипичны, собирательны и обладают национально-культурной спецификой. Согласно «Словарю гендерных терминов» «гендерные стереотипы представляют собой культурно и социально обусловленные мнения о качествах, атрибутах и нормах поведения представителей обоих полов и их отражение в языке» [Словарь гендерных терминов 2002]. То есть «Словарь гендерных терминов» под стереотипами подразумевает стереотипы-представления.

Гендерные стереотипы, как и все стереотипы культуры, фиксируются в языке в виде устойчивых сочетаний, например, *Муж – глава семьи, Все бабы – дуры* (см. [Словарь гендерных терминов 2002]). Более того, язык, отражая культуру социума, является одним из основных и наиболее важных источников знания о гендерных стереотипах этого социума.

Гендерные стереотипы тесно связаны с выражением оценки, а также влияют на формирование ожиданий касательно поведения представителей того или иного пола. Если реальное поведение конкретного индивида не совпадает с ожиданиями социума, то его поведение будет охарактеризовано представителями этого социума как «неправильное» и будет порицаться. Эти ожидания также относятся и к речевому поведению индивидов, таким образом, задавая некую программу поведения в процессе социализации и коммуникации.

Под речевыми гендерными стереотипами мы понимаем культурно и социально обусловленные мнения о качествах и нормах речевого поведения представителей обоих полов и их отражение в языке.

Речевые гендерные стереотипы могут быть как стереотипами-представлениями, являясь клише сознания, так и стереотипами поведения, так как они могут являться важной частью построения и успешности коммуникации. Так, например, в сознании русского человека представительница женского пола, будь то девочка, девушка или женщина, не должна использовать грубую и, тем более, обценную лексику. В речевом поведении мужчины, наоборот, грубая лексика допускается, приветствуется уверенная и твёрдая речь.

Так как речевые гендерные стереотипы, как частный случай стереотипов, всегда национальны, для нас важно понять, какие основные гендерные стереотипы речевого поведения существуют в языковой картине мира русского человека, то есть как, по мнению носителей русской культуры, говорят мужчины и женщины.

За историю исследования гендерных вопросов в советские и постсоветские годы было написано несколько работ, которые ставили своей целью понять, какие признаки отличают речь женщин и речь мужчин. Одной из первых была, как мы уже писали, кандидатская диссертация Т.В. Гомона, которая ставила своей задачей описание поверхностных и глубинных признаков мужской и женской речи. Несколько позже, уже постсоветское время, была опубликована работа Е.А. Земской, М.М. Китайгородской и Н.Н. Розановой, которые изучали лексические особенности женской и мужской речи на материале общения в семьях московской интеллигенции [Земская, Китайгородская, Розанова 1993]. В центре внимания исследователей были средства экспрессии и оценки, размер активного словарного запаса, коммуникативные тактики общения. Основными выводами, сделанными авторами работы, были:

1. Особенности женской речи: включение в разговор тематики, которую порождает обстановка речи, действия, производимые говорящими; ссылки на личный опыт с конкретными примерами, гиперболизированная экспрессивность и частое использование междометий; ассоциативные поля: природа, животные, окружающий обыденный мир, тенденция к интенсификации положительной оценки.
2. Особенности речи мужчин: поглощённость обсуждаемой темой и отсутствие реакции на реплики, с ней не связанные; терминологичность и стремление к тонкости номинаций, огрубление речи и использование стилистически сниженных средств; ассоциативные поля: спорт, охота, профессиональная и военная сферы, тенденция к интенсификации отрицательной оценки.
3. В русском языке отсутствуют резкие непреодолимые границы между речью мужчин и женщин. Выделенные особенности

являются тенденцией, а не строгим правилом. При этом нередко прослеживается связь между теми или иными явлениями, обнаруженными в речевом поведении мужчин и женщин, и особенностями их характера, психического склада, роли в социуме, профессии, при этом не обнаруживается прямая связь с принадлежностью людей к тому или иному полу [Земская, Китайгородская, Розанова 1993: 132].

Однако для нас на этапе выявления речевых гендерных стереотипов гораздо важнее понять не то, какими признаками обладает речь мужчин и речь женщин в действительности, а то, какие существуют признаки речевого поведения мужчин и женщин в сознании носителей русского языка и культуры. Для решения этой задачи мы провели анкетирование, о котором будет подробно рассказано во второй главе настоящей работы.

1.5 Понятие дискурса

Как и термины «гендер» и «стереотип», термин «дискурс» появился в гуманитарных науках сравнительно недавно, но широко используется в современных исследованиях от философии и социальной семиотики до лингвистики и лингвокультурологии. Однако множество различных мнений о возможном содержании этого термина ещё более разнообразно, чем о терминах, уже рассмотренных нами.

Само слово дискурс пришло в науку из французского языка, где слово имело значение «речь» [ЛЭС 1990]. Одним из первых, кто ввёл слово «дискурс» в научный обиход в качестве термина, был Ю. Хабермас, который ввёл термин для того, чтобы обозначить вид речевой коммуникации, который предполагает рациональное критическое рассмотрение норм, правил и ценностей социальной жизни. Именно так и понимается обычно этот термин в рамках социальных и философских наук.

Как пишет В.В. Красных в книге «Виртуальная реальность или реальная виртуальность», «термин “дискурс” столь популярен, столь и малоопределён» [Красных 1998: 190]. Хотя с момента написания книги прошло почти 15 лет, ситуация в целом не изменилась. В лингвистике нет единого взгляда на семантическое содержание этого термина, однако дискурс в языкознании часто понимается как совокупность текстов с учётом их экстралингвистических параметров, или, иначе, это речь, погружённая в жизнь [ЛЭС 1990]. Тем не менее, под дискурсом могут иметься в виду феномены разного порядка: от связной речи (см. [Почепцов 2001]) и коммуникативного целостного (см. [Клобуков 1995]) до «связного текста в совокупности с экстралингвистическими – прагматическими, социокультурными, психологическими и другими факторами» [ЛЭС 1990].

Как пишет Т.А. ван Дейк, «понятие дискурса так же расплывчато, как понятия языка, общества, идеологии» [Dijk 1998]. Он сам выделяет два понимания дискурса: дискурс в широком смысле, то есть как комплексное коммуникативное событие, которое происходит между говорящим и слушающим в определённом пространственно-временном контексте (при этом оно может иметь устную, письменную, вербальную и невербальную составляющие), и дискурс в узком смысле, который понимается как вербальная составляющая коммуникации или продукт коммуникации – речевой или письменный вербальный результат.

Определённое влияние на понимание дискурса оказал З. Харрис, который в своей статье «Дискурс-анализ» определил дискурс как «последовательность предложений, произнесённых или написанных одним или несколькими людьми в отдельно взятой ситуации» (“the sentence spoken or written in succession by one or more persons in a single situation” [Harris 1952: 3]; перевод на русский мой – *И.П.*). При этом З. Харрис отмечает, что особую важность играет связность дискурса, который может объединять в себе

десятитомный роман и спор, в котором участвует большое количество людей.

Слово «дискурс» также использовалось французским философом М. Фуко в его французском значении «речь», однако именно он ввёл важное понятие «дискурсивных практик», под которыми понимает совокупность правил, обуславливающих функции высказывания, локализованного во времени и пространстве [Фуко 1996]. Дискурсивные практики реализуются в общении, таким образом создавая дискурс, однако не дискурс в широком смысле, а «способ говорения, не дискурс вообще, а его конкретные разновидности, задаваемые широким набором параметров: чисто языковыми отличительными чертами» [Кибрик, Паршин].

В статье о дискурсе в «Лингвистическом энциклопедическом словаре» подчёркивается важность экстралингвистической составляющей дискурса, которая отличает его от понятия текста. Кроме того, «дискурс изучается совместно с соответствующими “формами жизни” (ср. репортаж, интервью, экзаменационный диалог, инструктаж, светская беседа, признание и пр.)» [ЛЭС 1990].

В.В. Красных в работе «Структура коммуникации в свете лингво-когнитивного подхода» обращает внимание на двойственность дискурса, который может пониматься как процесс и как результат: «**дискурс** есть вербализованная речемыслительная деятельность, понимаемая как совокупность процесса и результата и обладающая как собственно лингвистическим, так и экстралингвистическим планами» [Красных 1999:144].

Что касается выделения типов дискурса, то многие исследователи сходятся во мнении, что можно выделять национальные дискурсы: русский, английский, французский и т.д. Говоря о типах дискурса, нельзя не упомянуть о точке зрения В.И. Карасика, который, вслед за Н.Д. Арутюновой, понимающей дискурс как речь, «погружённую в жизнь» [ЛЭС 1990], определяет дискурс как «текст, погруженный в ситуацию

общения» [Карасик 2000: 5] и подразделяет его на два типа: персональный, или лично-ориентированный, и институциональный. В первом типе дискурса человек предстаёт как отдельная личность, тогда как во втором выступает как представитель социума. Персональный дискурс делится в свою очередь на бытовое общение (в основном общение между хорошо знакомыми людьми на бытовом уровне) и бытийное (монологическое изложение художественных, философских, психологических текстов). Институциональный дискурс является общением, в котором заданы рамки статусно-ролевых отношений. В.И. Карасик выделяет следующие виды институционального дискурса: административный, военный, деловой, дипломатический, массово-информационный, медицинский, мистический, научный, педагогический, политический, рекламный, религиозный, спортивный, сценический и юридический. Данный список может расширяться, так как сами институты исторически изменчивы, однако любой вид институционального дискурса выделяется на основании двух системообразующих признаков: целей и участников общения [Карасик 2000: 11].

1.5.1 Понятие телевизионного дискурса

Термин «телевизионный дискурс» используется довольно широко в социологии, этнокультурологии и, конечно, журналистике. Согласно классификации, предложенной В.И. Карасиком [Карасик 2000], телевизионный дискурс является частью массово-информационного дискурса, так как термин «массовая информация» охватывает и телевидение в том числе. В некоторых работах массово-информационный дискурс также называется масс-медийным (например, в названии работы В.А. Тырыгиной «Жанровая стратификация масс-медийного дискурса» [Тырыгина 2010]).

Как пишет Н. Луман, важным фактором, отличающим масс-медиа от других видов коммуникации, является то, «что между отправителем и

адресатами не может состояться непосредственная интеракция» [Луман 2012: 10] из-за использования техники. Несмотря на то, что иногда непосредственная интеракция между отправителем и адресатами возможна, она никогда не может состояться со всеми адресатами. Эта особенность приводит к стандартизации и унификации масс-медиа, которые не могут отвечать индивидуальным требованиям, а также к тому, что «коммуникация возникает лишь тогда, когда кто-то видит, слышит, читает» [Луман 2012: 13].

Однако так как телевидение имеет свою определённую специфику, отличающую его от других средств массовой информации, логично выделять телевизионный дискурс в отдельный вид, потому что у него есть свои особенности, отличающие его от других видов массово-информационного дискурса.

Под российским телевизионным дискурсом мы понимаем совокупность созданных для телевидения текстов, включающих вербальные и невербальные компоненты и порождённых представителями русского национально-лингво-культурного сообщества для других представителей этого сообщества.

1.5.2 Телевидение и массовая коммуникация

Телевидение – средство массовой коммуникации, которая, согласно Ю.В. Рождественскому, является «общезначимым современным текстом, в создании и распространении которого принимают участие новейшие технические средства и устройства» [Рождественский 1996: 239]. В текстах массовой коммуникации, в отличие от других видов текстов, «используются, систематизируются и сокращаются, перерабатываются и особым образом оформляются все другие виды текстов, которые считаются первичными. В результате возникает новый вид текста со своими законами построения и оформления смысла» [Там же: 239].

Ю.В. Рождественский, подходя к вопросу с филологической точки зрения, подразделяет массовую коммуникацию на массовую информацию и массовую информатику. Под массовой информацией, которая сосредотачивает в себе устную и письменную формы речи, объединяет в себе все виды искусств и обращается к безгранично большой аудитории, понимается пресса, радио, кино и, конечно, телевидение. Информатика же противопоставлена массовой информации и удовлетворяет интересы отдельных людей, и включает в себя тексты, созданные библиографическо-справочными службами, бюро переводов и т.д.

Согласно Ю.В. Рождественскому, все виды массовой информации отличаются определёнными признаками, которые подразумевают отсутствие единого автора, обязательное наличие основной, существенной информации, разобщённости создателей и получателей текстов во времени и пространстве, необходимости наличия средств получения, отсутствие обязательного диалога, то есть общая однонаправленность коммуникации, а также одноразовость текста, который если и хранится, то только отдельными частями [Рождественский 1996: 241-243]. От себя добавим, что современная массовая коммуникация всё-таки подразумевает диалог с читателем/слушателем/зрителем, как минимум в виде рейтинга.

Сейчас границы понятия СМИ несколько раздвинулись, и теперь оно включает в себя наряду с «прессой (газеты, журналы), радио, телевидением, кинематографом, также звукозапись, видеотекст, телетекст, рекламные щиты и панели, домашние видеоцентры, сочетающие телевизионные, телефонные, компьютерные и другие линии связи. Всем этим средствам присущи объединяющие их качества – обращённость к массовой аудитории, доступность множеству людей, корпоративный характер производства и распространения информации» [Землянова 1999: 116]. При этом процесс массовой коммуникации имеет 5 основных особенностей: «1) массовость аудитории; 2) её гетерогенность; 3) использование высокоскоростных и

репродукционных средств связи и информации; 4) быстрое распространение сообщения; 5) относительно небольшая потребительская стоимость получаемой информации» [там же: 118].

Современные средства массовой информации «используют звук, изображение, буквенно-цифровые данные, а также комбинации различных видов информации, известные под названием “мультимедия”, “гипертексты”, “креолизованные тексты”, “поликодовые тексты”» [Тырыгина 2010: 106]. При этом средства связи могут интегрироваться, а также объединяться с компьютерными сетями, таким образом, порождая особую инфраструктуру, называемую «киберпространством» или «инфосферой» [Володина 2000: 15].

Нельзя не отметить, что СМИ прочно вошли в жизнь современного общества и активно участвуют в «формировании контекста современной культуры» [Добросклонская 2010: 198], что свидетельствует о признании значительной роли средств массовой информации в современном мире.

Телевидение, как одно из средств массовой информации, обладает всеми вышеуказанными признаками СМИ, и кроме того, является одним из наиболее сложных и синкретичных образований, так как включает в себя словесный текст в письменной и устной формах, музыку и все разновидности изображения. Таким образом, можно говорить о том, что, согласно классификации Г.В. Ейгера и Л. Юхта, телевизионные тексты являются поликодовыми, так как «к поликодовым текстам в широком семиотическом смысле должны быть отнесены случаи сочетания естественного языкового кода с кодом какой-либо иной семиотической системы (изображение, музыка и т.п.)» [Ейгер, Юхт 1974: 107]. Согласно когнитивной модели жанров, предложенной С. Шмидтом, телевидение можно отнести к образно-словесно-звуковым СМИ (image-word-sound media) [Schmidt 1986: 390].

Телевидение является относительно новым видом массовой коммуникации, которому менее 100 лет, при этом на протяжении нескольких десятилетий телевидение являлось одним из наиболее популярных видов

массовой информации. Несмотря на появление интернета, телевидение и сейчас является довольно популярным видом массовой коммуникации. Кроме того, подавляющее большинство телеканалов имеют сайты в интернете, на которых можно найти как прямую трансляцию, так и записи телевизионных эфиров.

Хотя первая успешная демонстрация передачи движущегося изображения на специальный приёмник была успешно проведена в 1926 году Джоном Бэрдом [BBC], массовая доступность телевидения пришла во второй половине XX века. Распространение этого средства массовой информации стало настолько широко, а само телевидение – настолько влиятельно, что в 1997 году ООН был введён Всемирный день телевидения, который отмечается ежегодно 21 ноября.

Как отмечает П. Бурдьё в работе «О телевидении и журналистике», во Франции распространение телевидения значительно потеснило положение газет, часть из которых прекратила своё существование [Бурдьё 2002: 59 и далее]. Популярность телевидения доказывается хотя бы тем, что «число зрителей вечернего выпуска новостей больше, чем совокупное число читателей всех утренних и вечерних газет Франции» [там же: 61].

Несмотря на необходимость наличия средства приёма сигнала, то есть телевизора или телевизионного приёмника, телевидение является одним из самых распространённых и наглядных средств получения информации из внешнего мира в современном обществе. Как пишет П. Бурдьё, «телевидение – это инструмент, позволяющий теоретически затронуть всех» [там же: 27]. Таким образом, получается, что телевизионный дискурс один из наиболее популярных и доступных, благодаря своей синкретичности и наглядности: информация поступает как через канал слуха, так и через канал зрения, в то время как радио или печатные СМИ задействуют только один из каналов восприятия информации.

1.5.3 Жанры телевизионного дискурса

Смысловая структура телевизионного вещания сложна и разнообразна и может включать в себя разные жанры. Жанровая стратификация присуща телевизионному дискурсу, как и любому другому. Как пишет М.М. Бахтин, «мы отливаем нашу речь в жанровые формы» [Бахтин 1979: 225], так как «даже в самой свободной и непринуждённой беседе мы отливаем нашу речь по определённым жанровым формам... Эти речевые жанры даны нам так же, как нам дан родной язык» [там же: 257].

Само понятие жанра довольно сложное и его можно понимать по-разному. Как пишут Д. Кристал и Д. Дейви, жанр может «одновременно отсылать к образованиям разной степени абстракции» [Crystal, Davy 1969: 75] (цитата по [Тырыгина 2010:34]). Однако стоит заметить, что под жанром понимаются «не конкретные произведения, а динамическая структурная модель, которая может воплощаться в некотором множестве конкретных речевых произведений» [Брандес 1990:40]. Кроме того, жанры «не всегда бытуют в “чистом виде”» [Общественно-публицистический стиль речи 1984: 10].

В журналистике жанры неотъемлемо связаны с отражением действительности: «жанр отражает не непосредственную действительность, а характер отношения к ней составляющих жанр произведений. Жанр – это всегда установка на определённый тип, способ изображения, характер и масштаб обобщений, вид подхода, отношение к действительности» [Вакуров, Кохтев, Солганик 1978: 7]. Более того, способ изображения действительности играет более важную роль в формировании набора характеристик журналистских текстов, чем сам предмет журналистских выступлений. В журналистике есть три основных способа отображения действительности: фактографический, аналитический и наглядно-образный [см. Тырыгина 2010: 23-24]. Первый способ фиксирует внешние характеристики явления, отражает краткие сведения о предмете, второй способ направлен на

выяснение скрытых взаимосвязей предмета отображения, тогда как третий способ имеет целью отразить эмоционально-художественную сторону предмета [Тырыгина 2010: 23-24]. Соответственно, в зависимости от способа отображения действительности будет определяться жанр того или иного журналистского текста.

Авторы главы «Жанры телевизионной журналистики» в учебнике «Телевизионная журналистика» также выделяют три основные группы телевизионных жанров: жанры телевизионной информации, жанры аналитической публицистики и жанры художественной публицистики. В телевизионной информации выделяются видеосюжет, отчет, выступление, интервью и репортаж, среди художественной публицистики можно выделить очерк, эссе, зарисовку и разные сатирические жанры, а в рамках аналитической публицистики – комментарий, обзор, беседу, дискуссию, пресс-конференцию, корреспонденцию и ток-шоу [Телевизионная журналистика 1998]. В качестве материала для своего исследования мы выбрали жанр ток-шоу.

К вопросу определения жанра можно подойти и с точки зрения текстотипологической системы, одна из которых была предложена М.А. Гвенцадзе. В работе «Коммуникативная лингвистика и типология текста» М.А. Гвенцадзе предлагает следующую иерархию типов текста: верхний уровень представляет собой суперкласс текстов (например, текстов массовой коммуникации), ниже следует уровень функционально-коммуникативных классов текстов (например, газетных), ещё ниже располагается субкласс текстов (например, газетно-информационных), и самый нижний уровень представлен речевым жанром (например, информационной заметкой). Согласно этой иерархии жанр ток-шоу принадлежит к суперклассу текстов массовой коммуникации, на уровне функционально-коммуникативных классов – к телевизионным, к субклассу

телевизионно-аналитических текстов, и на уровне речевого жанра является аналитическим ток-шоу [Гвенцадзе 1996].

Говоря о жанрах СМИ, следует не забывать о том, что любой из жанров этого типа дискурса имеет свою цель, то есть «непосредственный результат, на достижение которого жанр направлен, а именно воздействовать на те или иные стороны адресата, его эмоциональную или интеллектуальную сферы, побуждать к действиям, иными словами, изменять психическое состояние, влиять на фонд знаний, заставлять совершать поступки» [Тырыгина 2010: 9]. Иными словами, тексты, принадлежащие к разным жанрам, обладают разным коммуникативным назначением. Целью аналитического ток-шоу является выявить значение какого-либо факта или события, а также его причинно-следственную связь с другими фактами и событиями, кроме того, часто также спрогнозировать вероятное дальнейшее развитие событий.

Жанр ток-шоу зародился в США в 60-е годы XX столетия, и довольно быстро и активно завоевал широкую популярность. Сочетая признаки интервью и дискуссии, ток-шоу основывается на харизматичной личности ведущего – таким образом, получается, что этот жанр максимально персонифицирован. Ток-шоу обычно выходит в эфир с периодичной регулярностью, и, как правило, каждый раз гости в студии новые, однако все они обычно известные и/или интересные люди, участие которых должно привлечь внимание зрителя [Телевизионная журналистика 1998].

Практически все телеканалы имеют в своей программе передач различные ток-шоу, от серьёзных аналитических до весёлых и развлекательных. Мы для своего исследования взяли аналитические ток-шоу, затрагивающие вопросы политики и экономики, на канале, который позиционирует себя как «специализированное, деловое телевидение». Телеканал РБК относится к тому типу СМИ, которые, по словам П. Бурдые, обладают «почти официальным авторитетом» [Бурдые 2002: 60], то есть тем,

которые выживают не за счёт рейтинга и рекламы, а за счёт уникальности предлагаемой оценки.

Аналитическое ток-шоу относится к определённому типу медиатекстов. Как пишет Т.Г. Добросклонская, медиатексты можно разделить на 4 типа и расположить их на шкале «сообщение – воздействие» следующим образом [Добросклонская 2010: 10]:



Выбранные нами ток-шоу будут относиться к информационно-аналитическим текстам, реализующим функцию интерпретационную, которая также может называться идеологической. То есть аналитические ток-шоу больше направлены на сообщение, а не на воздействие на зрителя, что будет проявляться в используемом стиле языка.

1.6 Выводы

Итак, изначально использовавшееся в качестве термина для грамматического рода, слово «гендер» было заимствовано общественными науками для обозначения социального пола, чтобы позже вернуться в лингвистику в качестве нового понятия, сформировавшего отдельное направление исследований – гендерную лингвистику. Вызванные формированием постмодернизма, гендерные исследования оформились в отдельное направление в 50-х годах XX века, мощный толчок которому придало Новое женское движение, развернувшееся в США и Германии в конце 60-х – 70-х годах и породившее феминистскую лингвистику, главными целями которой стало показать андроцентричность языка и изменить языковую политику, искоренив сексизм и дискриминацию в языке. Важность и актуальность исследований гендера подтверждает то, что наряду с

феминистской лингвистикой также возникли социолингвистические исследования, изучавшие языковую вариативность с учётом социальных факторов и в первую очередь гендера, кросскультурные и лингвокультурологические исследования, видевшие основной своей задачей описание концептов фемининности и маскулинности в разных культурах, и др.

Параллельно с формированием гендерных исследований в западной лингвистике, советские лингвисты также изучали вопросы отражения пола в языке, в основном особенности речи мужчин и женщин, а также наименования лиц мужского и женского пола. В отличие от зарубежной гендерной лингвистики в советском языкознании вопросы сексизма и дискриминации в языке были неактуальны, и преобладали исследования практической направленности, в основном исследования в сфере лингвокриминалистики.

Несмотря на разную историю гендерных исследований за рубежом и в России, к концу XX века отечественные гуманитарные науки получили возможность использовать результаты как советских, так и западных исследований. Оформившись в отдельное направление в рамках лингвистики, гендерные исследования сегодня представлены социо- и психолингвистическим, лингвокультурологическим и коммуникативно-дискурсивным направлениями.

На современном этапе гендер видится как важный, но не единственный параметр, участвующий в конструировании социальной идентичности говорящего. Исходя из того, что гендер является социально-обусловленным аспектом языкового поведения людей, будучи при этом институционализированным и ритуализированным, можно утверждать, что он является продуктом культуры, а следовательно отражает представления о маскулинности и фемининности того или иного общества. Таким образом,

проявления гендера, например, в гендерных стереотипах, будет не абсолютным, а изменяющимся.

Именно социальная обусловленность гендера позволяет нам утверждать, что речевые гендерные стереотипы будут меняться в зависимости от разных факторов, культуры людей, их пола, возраста, социального статуса, а проявление речевых гендерных стереотипов будет зависеть не только от социальных факторов говорящего, но и от контекстной ситуации, в том числе и от вида дискурса.

Подводя итог первой главе настоящей работы, сформулируем основные понятия, которым мы дали определения выше. Итак, под **гендером** мы понимаем совокупность социально-обусловленных и социально-значимых аспектов поведения мужчин и женщин, в том числе и языкового, которые конструируются и выражаются в рамках культуры данного общества. **Речевые гендерные стереотипы** для нас являются культурно и социально обусловленными мнениями о качествах и нормах речевого поведения представителей обоих полов и их отражением в языке. Под **российским телевизионным дискурсом** мы понимаем совокупность созданных для телевидения текстов, включающих вербальные и невербальные компоненты и порождённых представителями русского национально-лингво-культурного сообщества для других представителей этого сообщества.

Глава 2. Выявление речевых гендерных стереотипов

В первой главе мы рассмотрели основные понятия, используемые в данной работе. Для достижения поставленной цели, а именно для выявления речевых гендерных стереотипов в русской культуре с целью последующего их проявления в российском телевизионном дискурсе, мы провели эксперимент, целью которого было определить стереотипы, характерные для русской картины мира.

2.1 Подготовка эксперимента

Эксперимент проходил в форме анкетирования: респондентам предлагалось выбрать из списка характеристики, которые, по их мнению, присущи речи мужчин и речи женщин. Для составления списка характеристик мы использовали выводы работ, написанных по смежным темам, а также предварительный анализ материала, использовавшегося для написания третьей главы настоящей работы.

Одной из ключевых работ для нас была упомянутая в первой главе кандидатская диссертация М.В. Гаранович [Гаранович 2011], в которой были выделены следующие стереотипы мужской речи: логичность, грубость, неэмоциональность, инвективы, краткость и предметность; и следующие для женской речи: эмоциональность, образность, многословность, быстрый темп речи, нелогичность и вежливость.

Кроме того, нами был проведён лингвистический анализ 4 ток-шоу телеканала РБК-ТВ, результаты которого также учитывались в ходе составления анкеты. Для анализа были выбраны передачи, гостями которых являлись представители обоих полов: это ток-шоу от 22.02.2011 года «Мясоперерабатывающие холдинги» (гости передачи: Татьяна Бобровская, старший аналитик ИФК «Метрополь», и Виктор Линник, президент агропромышленного комплекса «Мираторг»), ток-шоу от 03.03.2011 года «Продуктовый ритейл: тенденции рынка» (гости: Георгий Патарая,

руководитель практики по работе с компаниями потребительского сектора КПИМГ в России и СНГ, и та же Татьяна Бобровская, старший аналитик ИФК «Метрополь»), ток-шоу от 10.03.2011 года «Банки переоценены?» (гости в студии: Светлана Ковальская, аналитик банковского сектора инвестиционной компании «Ренессанс капитал», и Сергей Моисеев, директор центра экономических исследований Московской финансово-промышленной академии), и ток-шоу от 17.03.2011 года «Авиарынок будет расти и укрупняться» (гости программы: Иоланта Стрикица, управляющий директор компании Strikitsa Consulting, и Александр Рубцов, генеральный директор компании «Ильюшин Финанс»). Хронометраж каждой передачи составлял 21 минуту (плюс/минус 10 секунд), таким образом, было проанализировано около 84 минут эфирного времени.

Тексты анализировались по нескольким параметрам: для того, чтобы выявить, кто доминирует в диалоге, считался процент занятого речью эфирного времени, число и длина реплик, а также скорость речи мужчин и женщин. Кроме того учитывались лексические и синтаксические особенности речи, встретившиеся в текстах: количество использованных терминов, вводных и связующих слов и фраз разной семантики (выражающих уверенность, сомнение, служащих для логической связи мыслей и т.д.), готовность выражать согласие или несогласие с собеседником.

Предварительный анализ текстов ток-шоу показал, что женщины в ситуации аналитического ток-шоу говорят меньше, чем мужчины, как по времени, так и по числу реплик. Мужчины более уверенно конструируют образ эксперта, чем женщины, так как употребляют больше терминов и более активно выражают свою уверенность в высказываемой информации. Женщины более склонны соглашаться с собеседником и высказывать свою недостаточную компетентность, выражая готовность отдать слово более

авторитетному, на их взгляд, собеседнику. Выявленные характеристики мужской и женской речи были также включены в анкету.

2.2 Описание анкеты и процесс анкетирования

На основе прочитанных работ и предварительного анализа передач был составлен список характеристик речи для составления анкеты. Перед тем как провести анкетирование репрезентативного числа респондентов, мы провели пилотажное анкетирование 22 ии. – мужчин и женщин разного возраста. Мы просили их заполнить анкету и после прокомментировать, насколько понятны вопросы. По комментариям нескольких опрошенных 2 вопроса в анкете (4 и 5) были уточнены (см. далее). Окончательный вариант анкеты представлен в приложении.

Анкету можно разделить на три логические части: в первой задавались общие вопросы о просмотре телевизионных передач, вторая содержала фокусные вопросы анкеты, в третьей части мы просили информантов предоставить информацию о себе.

Первым вопросом первой части был *«Смотрите ли Вы телевизор регулярно?»* с возможными вариантами ответов *«да»* и *«нет»*. Далее следовал вопрос *«Какие каналы Вы смотрите?»*. В качестве ответа на выбор предлагались каналы, программу которых можно найти в большинстве газет, журналов и интернет-программах, таких, как *«Яндекс. Телепрограмма»*: *Первый, Россия 1, Россия 2, Россия-24, СТС, ТНТ, Москва-24, ТВ-Центр, РЕН-ТВ, Культура, РБК-ТВ, НТВ, Муз-ТВ*, также была возможность дописать другие каналы в графе *«Другое»*. Третьим вопросом этой части анкеты был *«Какого рода передачи Вы смотрите? Напишите, пожалуйста, несколько названий»*, в качестве ответа на сам вопрос предлагались три варианта: *«развлекательные»*, *«информационные»* и *«аналитические»*, а также свободное место для названий передач.

Вышеуказанные вопросы задавались информантам, во-первых, для того, чтобы подготовить их к главным вопросам анкеты, и, во-вторых, для того, чтобы можно было проанализировать, насколько популярно телевидение среди выбранных нами респондентов, а также какого рода телеканалы и передачи предпочитают мужчины и женщины фокусной для нас группы.

Вторая часть анкеты состояла из 6 вопросов. Первым из них, то есть четвёртым в общей нумерации, был «*Как бы Вы охарактеризовали речь мужчин? Отметьте, пожалуйста, характеристики из нижеследующего списка*». Далее предлагался список характеристик речи, продолжающий фразу «*Мужчины в большинстве своём...*». Эта фраза была добавлена в анкету после проведения пилотажного анкетирования, так как опрашиваемые высказывали мнение о том, что вопрос «*Как бы Вы охарактеризовали речь мужчин?*» слишком общий, потому что мужчины и женщины могут говорить по-разному в зависимости от своего характера и ситуации, поэтому сложно выделить какую-либо характеристику, которая была бы свойственна всем мужчинам.

Список предлагаемых к выбору характеристик давался в виде таблицы. Как мы уже упоминали, список был составлен, основываясь на проанализированных работах по смежным темам [Гаранович 2011], а также на выводах предварительного анализа передач. Часть характеристик давалась парно (например, «*Мужчины многословны/Мужчины немногословны*»), часть характеристик давалась без антонимической пары (например, «*Мужчины открыто выражают согласие с собеседником*»). Всего было предложено 28 характеристик, 22 из которых давались парно и 6 без пары:

Таблица 1. Список характеристик речевого поведения мужчин.

многословны	немногословны
используют большое количество терминов	не склонны использовать большое количество терминов
склонны спорить	склонны избегать споров
говорят уверенно	говорят неуверенно

болтливы	молчаливы
говорят вежливо	склонны грубить
открыто выражают несогласие с собеседником	стараятся смягчить выражение своего несогласия с собеседником
говорят агрессивно	склонны выражать свои мысли мягко
говорят эмоционально	говорят неэмоционально
говорят быстро	говорят медленно
говорят логично	говорят нелогично
открыто выражают согласие с собеседником	
умеют слушать	
говорят образно	
говорят кратко	
говорят предметно	
часто приводят примеры в подтверждение своей точки зрения	

Из исследования М.В. Гаранович [Гаранович 2011] нами были взяты 12 характеристик, приведённых попарно (многословность/немногословность, вежливость/склонность грубить, агрессивность/мягкость, эмоциональность/неэмоциональность, высокая и низкая скорость речи, логичность/нелогичность), а также 3 характеристики, которые давались без пары (образность, краткость, предметность). Предварительный анализ текстов передач позволил нам добавить ещё 5 пар характеристик (болтливость/молчаливость, склонность использовать/не использовать большое количество терминов, уверенность/неуверенность, склонность высказывать своё несогласие с собеседником/склонность смягчать своё несогласие с собеседником, склонность спорить/склонность избегать споров), а также 3 характеристики без пар (склонность выражать согласие с собеседником, умение слушать и склонность приводить примеры в подтверждение своей точки зрения).

Заметим, что некоторые характеристики, попавшие в анкету, довольно абстрактны и могут быть поняты разными носителями русского языка и культуры по-разному, например, многословность, болтливость, предметность и др. Однако при проведении пилотажного анкетирования, после которого мы обсуждали с информантами вопросы анкеты, информанты в большинстве

своём интуитивно понимали те или иные характеристики также, как изначально понимали их мы. Так, например, все информанты согласились, что многословность и болтливость не являются идентичными характеристиками, и интерпретировали многословность как использование большого количества ненужных слов для выражения той или иной мысли, а болтливость – как склонность много говорить. Говоря о предметности, большая часть информантов сходилась во мнении о том, что предметность выражается в приведении конкретных примеров и фактов вместо общих слов. Любое понятие имеет общепринятое значение, известное социуму и отражённое в словарях, которое обрывает дополнительными смыслами для каждого конкретного человека, поэтому мы понимали, что идентичного понимания сложных и многогранных характеристик, добиться не удастся. Однако, учитывая, что для анкетирования был выбран определённый пласт информантов, а именно мужчины и женщины в возрасте от 25 до 60 лет, получившие высшее образование, мы исходили из того, что понимание даже абстрактных и сложных характеристик у них будет в большинстве своём совпадать.

Пятым вопросом анкеты был *«Как бы Вы охарактеризовали речь женщин? Отметьте, пожалуйста, из нижеследующего списка»*. Далее, как и к предыдущему вопросу, предлагался список характеристик речи, продолжающий фразу *«Женщины в большинстве своём...»*. Эта фраза была добавлена в анкету после проведения пилотажного анкетирования, так как были высказаны комментарии о том, что нет характеристик, которые были бы присущи всем без исключения женщинам. Список характеристик женской речи был идентичен списку характеристик речи мужчин, однако характеристики были даны в ином порядке (это было сделано для того, чтобы у респондента сложилось впечатление, что эти списки не связаны, а также чтобы было сложнее их сопоставить с целью отметить во втором списке характеристики, противоположные отмеченным в первом):

Таблица 2. Список характеристик речевого поведения женщин.

многословны	немногословны
склонны спорить	склонны избегать споров
болтливы	молчаливы
говорят логично	говорят нелогично
используют большое количество терминов	не склонны использовать большое количество терминов
открыто выражают несогласие с собеседником	стараются смягчить выражение своего несогласия с собеседником
говорят быстро	говорят медленно
говорят эмоционально	говорят неэмоционально
говорят вежливо	склонны грубить
говорят агрессивно	склонны выражать свои мысли мягко
говорят уверенно	говорят неуверенно
говорят кратко	
умеют слушать	
часто приводят примеры в подтверждение своей точки зрения	
открыто выражают согласие с собеседником	
говорят образно	
говорят предметно	

Вопросы четыре и пять являлись главными в нашей анкете, и именно ответы на них мы использовали для дальнейшего анализа материала. Однако мы решили также добавить несколько дополнительных вопросов, которые, по нашему мнению, могли бы помочь в понимании гендерных стереотипов, в том числе речевых.

Таким образом, шестым вопросом анкеты был *«Кто из известных людей (возможно героев фильма/книги), по Вашему мнению, является эталонным мужчиной?»*, седьмым – *«Кто из известных людей (возможно героев фильма/книги), по Вашему мнению, является эталонной женщиной?»*. Дополнение о героях фильмов или книг было внесено в анкету после пилотажного анкетирования, в ходе которого респонденты говорили, что среди известных людей, по их мнению, нет эталонных мужчин или женщин, и спрашивали, можно ли написать героев книг или фильмов.

Вопросы восемь и девять были сформулированы следующим образом: *«Есть ли, по Вашему мнению, известные мужчины, которые ведут себя не*

по-мужски? Что заставляет Вас так думать?» и «Есть ли, по Вашему мнению, известные женщины, которые ведут себя не по-женски? Что заставляет Вас так думать?» Эти вопросы задавались нами для того, чтобы понять, какие качества, по мнению носителей русской культуры, не должны иметь мужчины и женщины, то есть выявить «анти-эталоны».

Целью этих четырёх вопросов было понять, существуют ли эталоны мужского и женского поведения в современной России, насколько они совпадают у людей разного пола, возраста и типа образования. А также есть ли какие-то качества, которые, по мнению большинства, не являются положительными и одобряемыми для мужчин или для женщин, и насколько они совпадают или не совпадают с речевыми гендерными стереотипами.

В конце анкеты мы просили респондентов предоставить информацию о себе. После общей фразы *«Укажите, пожалуйста, информацию о себе:»* шли три пункта:

1. *«Пол»* с вариантами ответа *«мужской»* и *«женский»*;
2. *«Возраст»* с вариантами ответа *«младше 25»*, *«25-30»*, *«31-35»*, *«36-40»*, *«41-60»*, *«старше 60»*;
3. *«Образование»* с вариантами ответа *«среднее»*, *«неоконченное высшее гуманитарное»*, *«неоконченное высшее техническое»*, *«неоконченное высшее естественнонаучное»*, *«высшее гуманитарное»*, *«высшее техническое»*, *«высшее естественнонаучное»*.

Отметим, что в качестве фокусной группы мы выбрали целевую аудиторию телеканала, тексты ток-шоу которого мы взяли для анализа в третьей части нашей работы. В информации о самом телеканале РБК-ТВ на его странице в интернете в качестве целевой аудитории обозначена группа людей *«возрасте 25-55 лет, с высшим образованием»*². Таким образом, фокусной группой для нас стали мужчины и женщины в возрасте от 25 до 60

² Сайт телеканала «РБК ТВ»: <http://rbctv.rbc.ru/about>.

лет, получившие высшее образование, техническое, гуманитарное или естественнонаучное.

Разделение информантов на 6 возрастных групп определялось возрастом выбранной фокусной группы: от 25 до 60 лет. Мы разделили эту возрастную группу на 4 подгруппы. Выбранное деление респондентов по возрастам было обусловлено желанием выделить группу тех, чей период социализации и чьё окончание высшего учебного заведения или учёба на старших курсах вуза³ пришлись на период до распада СССР (то есть до 1991 года), а остальных респондентов поделить на группы с минимальным шагом в 5 лет. Таким образом, мы получили следующие группы: от 25 лет до 30, от 31 года до 35 лет, от 36 лет до 40 и от 41 года до 60 лет.

Что касается предложенных ответов на вопрос об образовании, как уже было сказано, фокусной группой для нас являлись люди, получившие высшее образование, однако, так как часть анкетирования производилась дистанционно, были предложены все возможные варианты. Анкеты людей, не получивших высшее образование, отсеивались.

Анкеты заполнялись информантами как в присутствии автора работы, так и дистанционно, в том числе анкеты направлялись по электронной почте и через социальные сети (в основном сеть «В контакте»), кроме того опрашивались незнакомые информанты в общественных местах (в метро, в медицинских и культурных учреждениях). Часть анкет была получена в бумажном виде, часть – в электронном. В среднем на заполнение анкеты уходило от 5 до 10 минут. Вопросами, которые занимали больше всего времени при заполнении анкеты, в основном были с 6 по 9.

Всего был опрошен 241 человек, 100 из всех проанкетированных составили мужчины и 141 – женщины. Так как число опрошенных женщин

³ Обычный возраст поступающих в вуз в СССР составлял 17-18 лет, таким образом, на момент окончания студентам было 22-24 года в зависимости от продолжительности обучения (5 или 6 лет).

оказалось больше, чем число опрошенных мужчин (58,5% женщин и 41,5% мужчин), для анализа мы брали результаты части полученных анкет, заполненных женщинами (при отсеивании лишней части анкет мы брали первые полученные анкеты в каждой минимальной группе из групп, разделённых по полу, возрасту и образованию). Для анализа и получения результатов мы взяли 200 анкет, 100 из которых заполнили мужчины и 100 – женщины. При этом в числе как мужчин, так и женщин было примерно одинаковое число представителей 4 упомянутых групп возрастов (25-30, 31-35, 36-40, 41-60): от 23 до 26 человек.

2.3 Проведение дополнительного анкетирования

После проведения анкетирования и получения результатов, мы предположили, что мужчины и женщины по-разному оценивают характеристики речи представителей своего и противоположного пола по шкале хорошо/плохо. Для подтверждения нашей гипотезы было проведено дополнительное анкетирование 50 человек. Анкета состояла из четырёх пунктов, образец анкеты представлен в приложении.

Дополнительное анкетирование проводилось как в присутствии автора работы, так и дистанционно, в том числе через социальные сети (сеть «В контакте») и по электронной почте. Бóльшая часть заполненных анкет была получена в электронном виде, однако часть анкет была получена в бумажном виде.

Первым пунктом мы просили указать респондентов свой *пол* (варианты ответа: *мужской, женский*) и *возраст* (варианты ответов: *25-30, 31-35, 36-40, 41-60*). Третий пункт звучал следующим образом: «*Отметьте, являются ли, на Ваш взгляд, следующие характеристики положительными, нейтральными или отрицательными для речи мужчин*». Далее следовала таблица с характеристиками, которые были выявлены как стереотипы мужского речевого поведения. Четвёртым пунктом следовало «*Отметьте,*

являются ли, на Ваш взгляд, следующие характеристики положительными, нейтральными или отрицательными для речи женщин», после которого также следовала таблица с характеристиками, которые по результатам первого анкетирования были признаны стереотипами женского речевого поведения.

Всего было опрошено 50 ии., 25 (50%) из которых были мужчинами, 25 (50%) – женщинами. 16 человек (32%) были в возрасте от 25 лет до 30, 11 человек (22%) – от 31 года до 35 лет, 12 человек (24%) – от 36 лет до 40, и 14 человек (28%) – от 41 года до 60 лет. Все информанты получили высшее образование.

2.4 Анализ результатов проведённого эксперимента

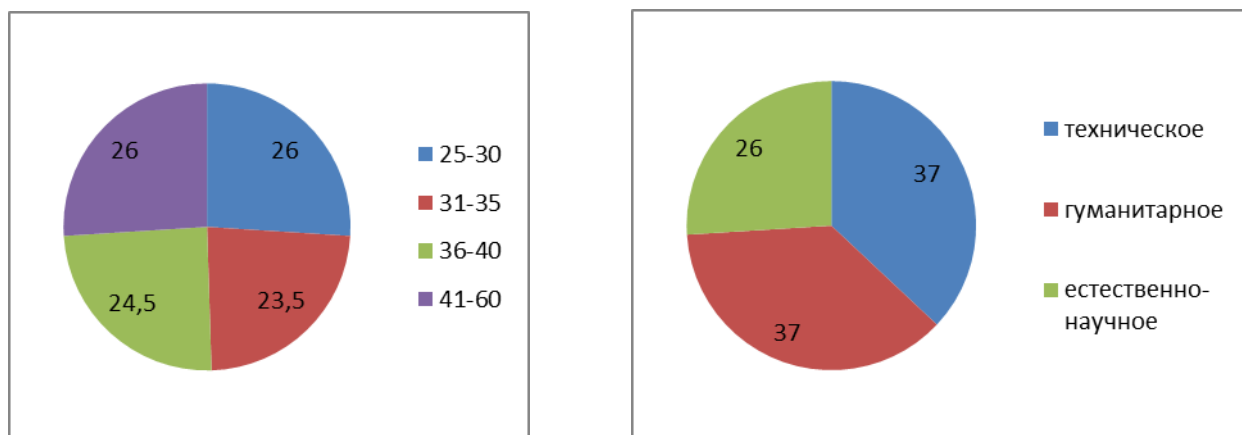
2.4.1 Статистическая информация о респондентах.

Из 200 опрошенных, чьи анкеты были проанализированы, как уже было сказано, 50% составили мужчины и 50% – женщины. 52 человека (26%) были в возрасте от 25 до 30 лет, 47 человек (23,5%) были в возрасте от 31 года до 35 лет, 49 человек (24,5%) были в возрасте от 36 до 40 лет, и 52 человека (26%) были старше 41 года (см. диаграмму 1). Людей с техническим образованием среди информантов оказалось 37% (74 человека), такое же количество было людей с гуманитарным образованием, а также было опрошено 52 человека с естественно-научным образованием, что составило 26% от общего числа опрошенных⁴ (см. диаграмму 2).

Диагр. 1. Соотношение возрастных групп.

Диагр. 2. Соотношение групп по образованию.

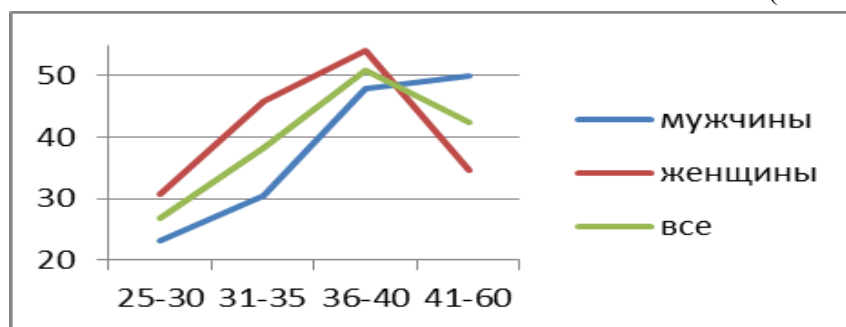
⁴ Здесь и далее под «общим количеством опрошенных» имеются ввиду 200 человек, чьи анкеты были проанализированы.



Из 200 человек 39,5% (79 человек) регулярно смотрят телевизор, 60,5% (121 человек) регулярно телевизор не смотрят. Как показал подсчёт результатов анкетирования, регулярность просмотра телевизионных передач не зависит от пола: 41% женщин (41 человек) и 38% мужчин (38 человек) смотрят телевизор регулярно, остальные 59% женщин (59 человек) и 62% мужчин (62 человека) телевизор регулярно не смотрят.

Что касается регулярности просмотра телевидения людьми разного возраста, то из результатов анкетирования можно заключить, что нет прямой зависимости регулярности просмотра телевизионных передач от возраста респондентов. Однако некоторые тенденции всё-таки можно заметить.

График 1. Процент респондентов, регулярно смотрящих телевизор (левый столбик – проценты).

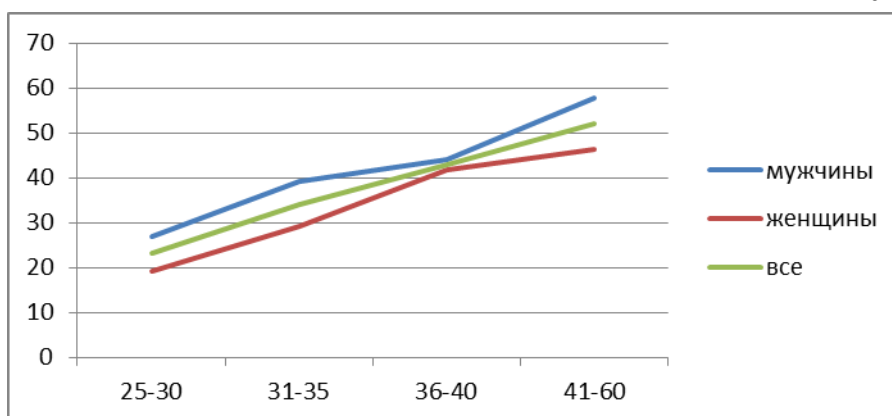


На графике 1 наглядно показано, что чем мужчины старше, тем больший процент из них регулярно смотрит телевидение. Однако для женщин это утверждение не будет верным: больше всего телезрителей среди женщин от 36 до 40 лет, однако после 41 года число регулярно смотрящих

телевизор женщин резко уменьшается. Если брать общую тенденцию, будет верным утверждение, что люди старше 36 лет смотрят телевизор более регулярно, чем люди младше 35 лет, так как среди людей в возрасте от 41 года до 60 лет процент смотрящих телевизор выше, чем среди людей младше 35 лет.

Что касается типа передач, просматриваемых респондентами, большинство опрошенных смотрят информационные передачи (141 человек – 70,5%). Аналитические передачи смотрит 38% респондентов (76 человек), это 34% всех опрошенных женщин и 42% опрошенных мужчин. Менее всего аналитические передачи смотрят люди младше 30 лет (23,1% – 12 человек), из опрошенных в возрасте от 31 года до 35 лет аналитическими программами интересуются 34% (16 человек), 42,9% (21 человек) людей в возрасте от 36 до 40 лет и 51,9% (27 человек) старше 41 года смотрят аналитические передачи. В среднем аналитические программы смотрит больше мужчин, чем женщин, и чем старше человек, тем больше он интересуется аналитическими программами (см. график 2).

График 2. Респонденты, регулярно смотрящие аналитические передачи (левый столбик – проценты).



2.4.2 Характеристики мужского речевого поведения

В качестве ответов на основные вопросы анкеты 4 и 5 было получено 2 883 реакции, из которых 1 428 реакций были на речевые характеристики мужчин, и 1 455 – на характеристики речи женщин. 1 359 реакций было

получено от представительниц женского пола, 1 524 реакции дали представители мужского пола. В среднем каждый мужчина отметил 15 характеристик, каждая женщина – 14 характеристик.

Так как выявленные стереотипы использовались для последующего анализа текстов телевизионных ток-шоу, нам было необходимо выделить критерий, по которому должна быть проведена граница между характеристиками, которые можно считать стереотипами, и характеристиками, которые, на наш взгляд, не являются таковыми. Для нас таким критерием стало выделение той или иной характеристики половиной или более чем половиной одной из групп респондентов, то есть, если та или иная характеристика была отмечена половиной или большинством, эту характеристику можно считать стереотипом.

Так как стереотипы обусловлены сознанием и условны, логично предположить, что социальные факторы, такие, как пол, возраст и образование, могут оказывать влияние на формирование стереотипов. Поэтому мы анализировали ответы респондентов, разделив их по группам. Группы были выделены на основании одного из 3 социальных факторов (пол, возраст или образование).

Таким образом, стереотипами речи мужчин для нас являются те характеристики, которые были отмечены более чем 50% хотя бы одной из групп, выделенных по полу, возрасту и образованию.

2.4.2.1 Общие результаты

Прежде чем проводить анализ ответов информантов, разделённых по группам, приведём результаты общего опроса всех респондентов. Так, более половины всех проанкетированных отметили 3 характеристики, которые, по их мнению, свойственны речи мужчин: уверенность, склонность спорить и предметность.

Кроме этих характеристик респонденты также часто отмечали следующие: склонность открыто выражать своё несогласие с мнением собеседника, логичность, немногословность, использование большого количества терминов, краткость, склонность приводить примеры в подтверждение своей точки зрения, а также агрессивность и склонность грубить. Приведём таблицу наиболее отмечаемых 11 характеристик мужской речи⁵:

Табл. 3. 11 наиболее отмечаемых всеми респондентами характеристик мужского речевого поведения.

№ п/п	Характеристика	Кол-во	%
1	Уверенность	137	69%
2	Склонность спорить	115	58%
3	Предметность	103	52%
4-5	Склонность открыто выражать несогласие с собеседником	98	49%
4-5	Логичность	98	49%
6	Немногословность	85	43%
7	Использование большого количества терминов	73	37%
8-9	Краткость	67	34%
8-9	Склонность приводить примеры в подтверждение своей точки зрения	67	34%
10-11	Агрессивность	61	31%
10-11	Склонность грубить	61	31%

Таким образом, можно сказать, что для носителей русской культуры наиболее ярко выраженными стереотипами мужского речевого поведения являются уверенность, склонность спорить и предметность. Однако так как формирование стереотипов может зависеть от разных социальных факторов,

⁵ Полные таблицы представлены в приложении к настоящей работе.

для людей разного пола, разного возраста и получивших разное образование, могут существовать разные стереотипы мужской речи.

2.4.2.2 Результаты ответов групп, разделённых по признаку пола

Половина и более мужчин-респондентов отметили 5 характеристик, которые, по их мнению, свойственны речи мужчин: уверенность, логичность, предметность, а также склонность спорить и использование большого количества терминов. В наиболее часто отмечаемые 10 характеристик также вошли склонность открыто выражать своё несогласие с собеседником, немногословность, склонность приводить примеры в подтверждение своей точки зрения, а также агрессивность и краткость (см. таблицу 4).

Табл. 4. 10 наиболее отмечаемых мужчинами характеристик мужского речевого поведения.

№ п/п	Характеристика	%
1	Уверенность	81%
2	Логичность	67%
3	Предметность	63%
4	Склонность спорить	56%
5	Использование большого количества терминов	50%
6	Склонность открыто выражать несогласие с собеседником	48%
7	Немногословность	44%
8	Склонность приводить примеры в подтверждение своей точки зрения	40%
9	Агрессивность	37%
10	Краткость	33%

50% и более проанкетированных женщин отметили всего 3 характеристики, а именно: склонность спорить, уверенность и склонность открыто выражать своё несогласие с собеседником. Кроме этих трёх характеристик среди наиболее отмечаемых десяти также оказались

немногословность, предметность, краткость, логичность, склонность грубить, склонность приводить примеры в подтверждение своей точки зрения, а также молчаливость (см. таблицу 5).

Табл. 5. 10 наиболее отмечаемых женщинами характеристик мужского речевого поведения.

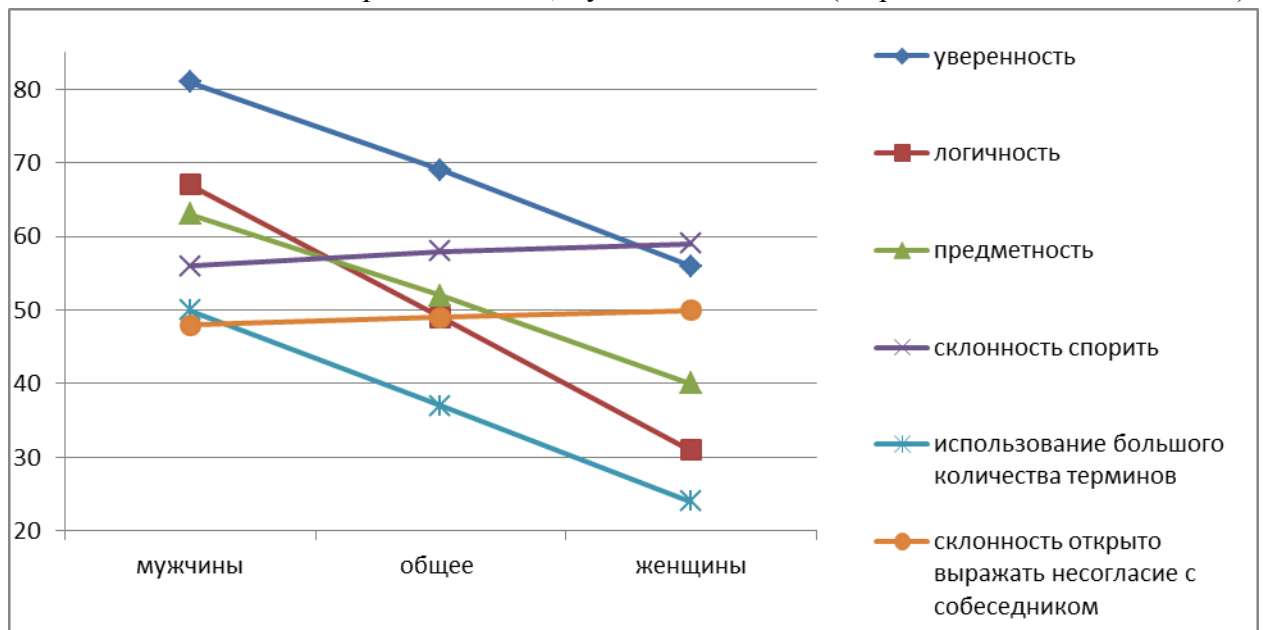
№ п/п	Характеристика	%
1	Склонность спорить	59%
2	Уверенность	56%
3	Склонность открыто выражать несогласие с собеседником	50%
4	Немногословность	41%
5	Предметность	40%
6	Краткость	34%
7-8	Логичность	31%
7-8	Склонность грубить	31%
9	Склонность приводить примеры в подтверждение своей точки зрения	27%
10	Молчаливость	26%

Таким образом, можно сделать вывод о том, что стереотипы речи представителей сильного пола у мужчин и женщин отличаются: более половины мужчин считают, что они говорят уверенно, логично, предметно, склонны спорить и использовать большое количество терминов, в то время как большинство женщин согласны с представителями противоположного пола только в том, что мужчины склонны спорить и говорят уверенно, тогда как логичность отметили всего 40%, предметность – 31% опрошенных женщин, а склонность использовать большое количество терминов – 24%. Склонность открыто выражать своё несогласие с собеседником, которую отметила ровно половина женщин, была отмечена 48% мужчин.

Если сравнить 10 наиболее отмечаемых мужчинами и женщинами характеристик, то можно заметить, что 8 характеристик совпадают

(уверенность, склонность спорить, логичность, предметность, склонность открыто выражать своё несогласие с собеседником, немногословность, склонность приводить примеры в подтверждение своей точки зрения, краткость). Мужчины также указали на агрессивность и использование большого количества терминов, а женщины отметили молчаливость и склонность мужчин грубить.

График 3. Характеристики мужской речи, отмеченные 50% и более всех респондентов, мужчин и женщин (в процентах – левый столбик).



Если мы построим график шести характеристик мужского речевого поведения, которые были отмечены 50% и более одной из групп респондентов (см. график 3), мы можем увидеть, что четыре характеристики (уверенность, логичность, предметность и использование большого количества терминов) значительно чаще отмечались мужчинами, чем женщинами; тогда как частота выбора склонности спорить и склонности открыто выражать своё несогласие с собеседником в качестве характеристик, присущих речи мужчин, у мужчин и женщин примерно одинакова. Таким образом, мы можем сделать вывод о том, что мужчины и женщины по-разному воспринимают мужскую речь: для мужчин главным качеством

является уверенность, для женщин на первом месте стоит склонность спорить, которую мужчины отмечали относительно редко.

Кроме того, на графике 3 наглядно показано, что у мужчин в целом более ярко выраженное представление о своей речи, чем у женщин о речи мужчин. Из этого можно сделать вывод, что мужчины более подвержены влиянию стереотипов, которые относятся к ним самим.

2.4.2.3 Результаты ответов групп, разделённых по признаку возраста

Более половины проанкетированных в возрасте от 25 до 30 лет считают, что мужской речи присущи уверенность, склонность спорить, логичность и предметность. В 10 наиболее часто отмечаемых характеристик также вошли склонность приводить примеры в подтверждение своей точки зрения, склонность открыто выражать своё несогласие с собеседником, использование большого количества терминов, немногословность, а также эмоциональность и молчаливость (см. таблицу 6).

Табл. 6. 10 наиболее отмечаемых респондентами в возрасте от 25 до 30 лет характеристик мужского речевого поведения.

№	Характеристика	Кол-во	%
1	Уверенность	37	71%
2	Склонность спорить	33	63%
3-4	Логичность	28	54%
3-4	Предметность	28	54%
5	Склонность приводить примеры в подтверждение своей точки зрения	23	44%
6	Склонность открыто выражать несогласие с собеседником	21	40%
7	Использование большого количества терминов	19	37%
8	Немногословность	16	31%
9-10	Эмоциональность	14	27%
9-10	Молчаливость	14	27%

Большая часть проанкетированных в возрасте от 31 года до 35 лет отметила три характеристики, которые, по их мнению, свойственны речи мужчин: уверенность, склонность спорить и склонность открыто выражать своё несогласие с собеседником. Кроме этих характеристик в 10 наиболее отмечаемых также вошли немногословность, логичность, краткость, предметность, склонность приводить примеры в подтверждение своей точки зрения, а также вежливость и склонность грубить (см. таблицу 7).

Табл. 7. 10 наиболее отмечаемых респондентами в возрасте от 31 года до 35 лет характеристик мужского речевого поведения.

№	Характеристика	Кол-во	%
1	Уверенность	35	74%
2	Склонность спорить	33	70%
3	Склонность открыто выражать несогласие с собеседником	26	55%
4	Немногословность	22	47%
5-6	Логичность	20	43%
5-6	Краткость	20	43%
7	Предметность	19	40%
8	Склонность приводить примеры в подтверждение своей точки зрения	16	34%
9-10	Вежливость	14	30%
9-10	Склонность грубить	14	30%

Большинство респондентов в возрасте от 36 до 40 лет отметили 3 характеристики мужской речи: уверенность, склонность спорить и склонность открыто выражать своё несогласие с собеседником. Кроме этих 3 характеристик следующие 7 вошли в 10 наиболее часто отмечаемых: предметность, немногословность, использование большого количества терминов, логичность, агрессивность, склонность приводить примеры в подтверждение своей точки зрения, а также краткость (см. таблицу 8).

Табл. 8. 10 наиболее отмечаемых респондентами в возрасте от 36 до 40 лет характеристик мужского речевого поведения.

№	Характеристика	Кол-во	%
1	Уверенность	28	57%
2-3	Склонность спорить	27	55%
2-3	Склонность открыто выражать несогласие с собеседником	27	55%
4-5	Предметность	23	47%
4-5	Немногословность	23	47%
6	Использование большого количества терминов	22	45%
7	Логичность	21	43%
8	Агрессивность	19	39%
9	Склонность приводить примеры в подтверждение своей точки зрения	17	35%
10	Краткость	16	33%

Более 50% респондентов в возрасте от 41 года до 60 лет отметили 4 качества, которые, по их мнению, присущи мужскому речевому поведению: уверенность, предметность, склонность спорить и логичность. Помимо этих качеств в 10 наиболее часто отмечаемых вошли также склонность открыто выражать несогласие с собеседником, немногословность, использование большого количества терминов, склонность грубить, а также краткость и агрессивность (см. таблицу 9).

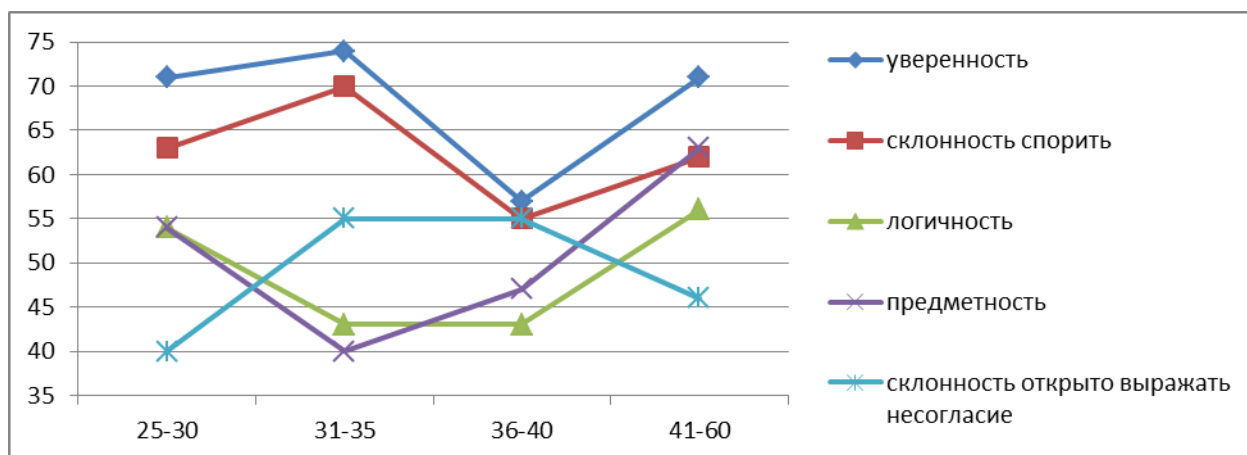
Табл. 9. 10 наиболее отмечаемых респондентами в возрасте от 41 года до 60 лет характеристик мужского речевого поведения.

№	Характеристика	Кол-во	%
1	Уверенность	37	71%
2	Предметность	33	63%
3	Склонность спорить	32	62%
4	Логичность	29	56%

5-6	Склонность открыто выражать несогласие с собеседником	24	46%
5-6	Немногословность	24	46%
7-8	Использование большого количества терминов	20	38%
7-8	Склонность грубить	20	38%
9	Краткость	18	35%
10	Агрессивность	17	33%

Таким образом, можно сделать вывод о том, что для опрошенных всех возрастных групп наиболее важной характеристикой является уверенность. Также более половины представителей всех групп отметили склонность мужчин спорить. Однако большинство опрошенных из самой младшей и самой старшей групп отметили логичность и предметность, тогда как бóльшая часть респондентов в возрасте от 31 года до 40 лет отметили склонность открыто выражать своё несогласие с собеседником. Если сравнить 10 характеристик, наиболее часто отмечаемых разными группами, то можно заметить, что 6 характеристик совпали (уверенность, склонность спорить, логичность, предметность, склонность открыто выражать своё несогласие с собеседником и немногословность). Кроме того были также отмечены ещё 8 характеристик (тремя группами: склонность приводить примеры в подтверждение своей точки зрения (группами 25-30, 31-35, 36-40), склонность использовать большое количество терминов (группами 25-30, 36-40, 41-60) и краткость (группами 31-35, 36-40, 41-60); двумя группами: склонность грубить (группами 31-35 и 41-60) и агрессивность (группами 36-40 и 41-60), одной из групп: эмоциональность (25-30), молчаливость (25-30) и вежливость (31-35)).

График 4. Характеристики мужской речи, отмеченные 50% и более представителей разных возрастных групп (в процентах – левый столбик).



На графике 4 видно, что результаты опроса самой старшей и самой младшей групп в большинстве совпадают (по следующим характеристикам: уверенность, склонность спорить, логичность, отчасти склонность открыто выражать несогласие с собеседником), тогда как в результатах опроса групп в возрасте от 31 года до 35 лет и от 36 до 40 лет совпадают результаты двух характеристик: логичности и склонности открыто выражать своё несогласие собеседником.

На графике также видно, что у двух пар характеристик, а именно: уверенности и склонности спорить, а также логичности и предметности, – схожие графики. Это позволяет сделать вывод о том, что в сознании носителей русской культуры уверенность в своём мнении предполагает склонность спорить, то есть отстаивать своё мнение, тогда как предметность связана с присутствием логики в речи. Кроме того, люди в возрасте от 31 года до 40 лет уверенность и склонность спорить ассоциируют также со склонностью открыто выражать своё несогласие с собеседником. При этом для людей младше 30 лет и старше 41 года этой зависимости не существует.

Также отметим, что наименее яркое представление о речевом поведении мужчин наблюдается у группы в возрасте от 36 до 40 лет, что позволяет сделать вывод о том, что представители именно этой возрастной категории наименее подвержены влиянию стереотипов, которые относятся к

поведению мужчин, тогда как остальные группы подвержены влиянию стереотипов в примерно равной степени.

2.4.2.4 Результаты ответов групп, разделённых по типу полученного образования

50% и более респондентов, получивших техническое образование, отметили 5 характеристик: уверенность, логичность, склонность спорить, склонность открыто выражать своё несогласие с собеседником и немногословность. В наиболее часто отмечаемые 10 характеристик также вошли использование большого количества терминов, предметность, краткость, молчаливость и склонность приводить примеры в подтверждение своей точки зрения (см. таблицу 10).

Табл. 10. 10 наиболее отмечаемых респондентами с техническим образованием характеристик мужского речевого поведения.

№ п/п	Характеристика	Кол-во	%
1	Уверенность	55	74%
2	Логичность	43	58%
3	Склонность спорить	40	54%
4	Склонность открыто выражать несогласие с собеседником	39	53%
5	Немногословность	37	50%
6-7	Использование большого количества терминов	31	42%
6-7	Предметность	31	42%
8	Краткость	30	41%
9	Молчаливость	25	34%
10	Склонность приводить примеры в подтверждение своей точки зрения	24	32%

Более 50% информантов с гуманитарным образованием отметили 2 качества, которые, по их мнению, присущи мужскому речевому поведению: уверенность и склонность спорить. Помимо этих качеств в 10 наиболее часто

отмечаемые вошли также склонность открыто выражать несогласие с собеседником, предметность, логичность, агрессивность, использование большого количества терминов, немногословность, склонность открыто выражать своё согласие с собеседником, а также склонность грубить (см. таблицу 11).

Табл. 11. 10 наиболее отмечаемых респондентами с гуманитарным образованием характеристик мужского речевого поведения.

№ п/п	Характеристика	Кол-во	%
1	Уверенность	52	70%
2	Склонность спорить	50	68%
3	Склонность открыто выражать несогласие с собеседником	35	47%
4	Предметность	34	46%
5	Логичность	31	42%
6	Агрессивность	29	39%
7-8	Использование большого количества терминов	28	38%
7-8	Немногословность	28	38%
9	Склонность открыто выражать согласие с собеседником	26	35%
10	Склонность грубить	23	31%

Большинство респондентов, окончивших вуз по естественно-научным специальностям, также отметили всего 2 характеристики, присущие, по их мнению, речи мужчин: уверенность и предметность. Кроме этих 2 характеристик следующие 7 вошли в 9⁶ наиболее часто отмечаемых: склонность спорить, склонность приводить примеры в подтверждение своей точки зрения, склонность открыто выражать своё несогласие с собеседником, логичность, немногословность, а также склонность грубить и краткость (см. таблицу 12).

⁶ 10-12 место заняли 3 характеристики: использование большого количества терминов, вежливость и эмоциональность – по 27%.

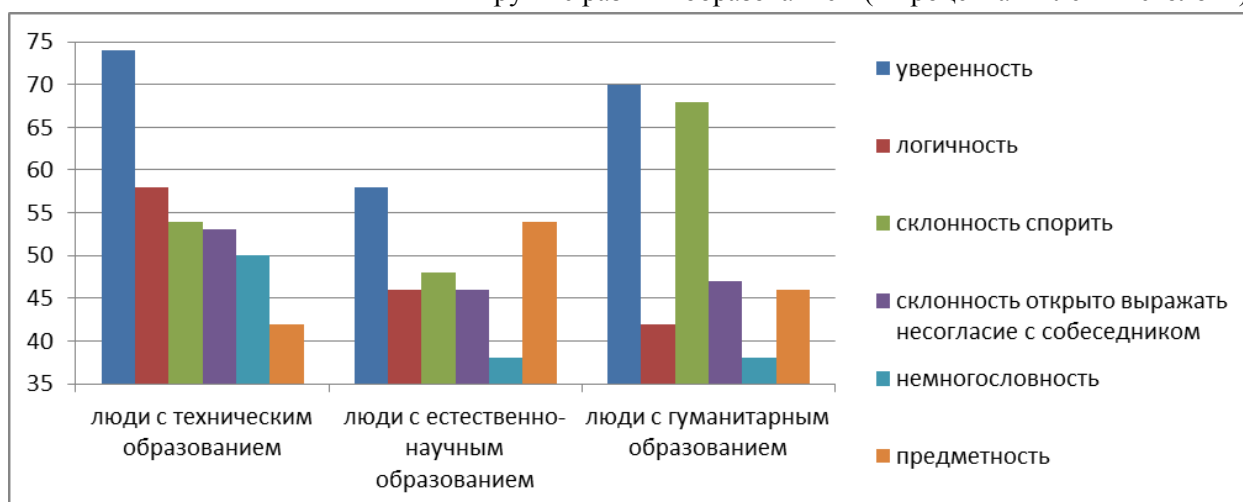
Табл. 12. 9 наиболее отмечаемых респондентами с естественно-научным образованием характеристик мужского речевого поведения.

№ п/п	Характеристика	Кол-во	%
1	Уверенность	30	58%
2	Предметность	28	54%
3-4	Склонность спорить	25	48%
3-4	Склонность приводить примеры в подтверждение своей точки зрения	25	48%
5-6	Склонность открыто выражать несогласие с собеседником	24	46%
5-6	Логичность	24	46%
7-8	Немногословность	20	38%
7-8	Склонность грубить	20	38%
9	Краткость	19	37%

Таким образом, можно сделать вывод о том, что стереотипы речи представителей сильного пола у людей, получивших разное образование, отличаются: хотя уверенность отметили более 50% всех групп, по остальным характеристикам мужского речевого поведения мнения групп разошлись. Тогда как опрошенные с техническим образованием также отмечали логичность, склонность спорить, склонность выражать своё несогласие с собеседником и немногословность, информанты с гуманитарным образованием выделили только склонность спорить, а респонденты с естественно-научным образованием – предметность. Среди наиболее часто выделяемых всеми группами информантов 10 характеристик (9 в случае респондентов с естественно-научным образованием) совпали 6 характеристик: уверенность, логичность, склонность спорить, склонность открыто выражать своё несогласие с собеседником, немногословность, а также предметность. Кроме них разными группами были также отмечены ещё 7 характеристик (2 группами: склонность использовать большое

количество терминов (группами, получившими техническое и гуманитарное образование), краткость (группами, получившими техническое и естественно-научное образование), склонность приводить примеры в подтверждение своей точки зрения (группами, получившими техническое и естественно-научное образование) и склонность грубить (группами, получившими гуманитарное и естественно-научное образование); одна из групп: молчаливость (получившими техническое образование), агрессивность (получившими гуманитарное образование) и склонность открыто выражать своё согласие с собеседником (получившими гуманитарное образование)).

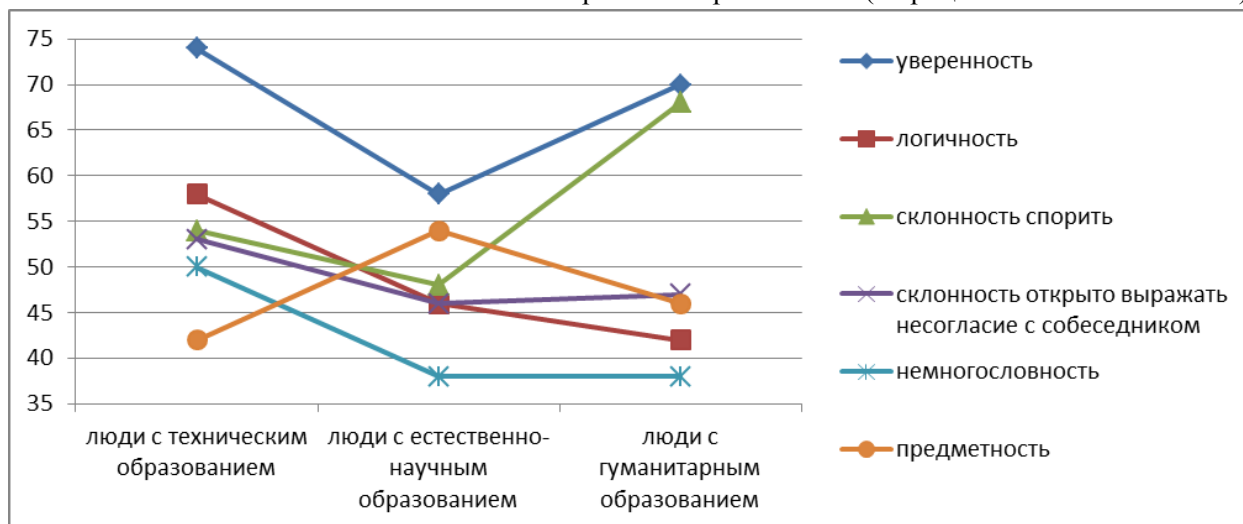
Диаграмма 3. Характеристики мужской речи, отмеченные 50% и более представителей групп с разным образованием (в процентах – левый столбик).



На диаграмме 3 видно, что для всех групп уверенность является наиболее часто отмечаемой и, соответственно, важной характеристикой речи мужчин. Однако кроме уверенности можно выделить другие важные характеристики для респондентов, получивших разное образование: для информантов с техническим образованием второй наиболее важной характеристикой речевого поведения мужчин является логичность, для проанкетированных, получивших гуманитарное образование, важным качеством является склонность спорить, тогда как для респондентов, закончивших вуз по естественно-научной специальности, большую роль

играет предметность. Можно предположить, что важными характеристиками речи для людей, получивших то или иное образование, оказываются те качества, которые ценятся в их специальностях.

График 5. Характеристики мужской речи, отмеченные 50% и более представителей групп с разным образованием (в процентах – левый столбик).



Если мы построим диаграмму в виде графика (см. график 5), то увидим, что наименее яркое представление о речевом поведении мужчин наблюдается у группы респондентов, получивших естественно-научное образование, что позволяет сделать вывод о том, что представители именно этой группы наименее подвержены влиянию стереотипов речевого поведения мужчин.

2.4.2.5 Результаты дополнительного анкетирования

Как мы уже упоминали, после анализа результатов основного анкетирования, мы пришли к выводу, что, возможно, мужчины и женщины по-разному оценивают характеристики речи мужчин по шкале «хорошо – плохо». Поэтому было решено провести дополнительное анкетирование, в ходе которого мы попросили мужчин и женщин указать, являются ли положительными, нейтральными или отрицательными 7 характеристик речи мужчин, которые были отмечены половиной или более представителей групп респондентов. В 7 характеристик вошли: уверенность, логичность, предметность, склонность спорить, использование большого количества

терминов, склонность открыто выражать своё несогласие с собеседником и немногословность.

40 опрошенных (80%) отметили, что уверенность, по их мнению, является положительной характеристикой, 9 опрошенных (18%) высказались о нейтральности характеристики, и только 1 человек (2%) посчитал, что уверенность является отрицательной характеристикой мужской речи. Заметим, что ответы мужчин и женщин почти полностью совпадают: 80% как мужчин, так и женщин (по 20 человек) высказались за то, что характеристика положительная, 20% мужчин (5 человек) и 16% женщин (4 человека) считают, что уверенность является нейтральной характеристикой, и только 1 женщина (4%) посчитала, что уверенность является отрицательной характеристикой. Таким образом, можно сказать, что уверенность мужской речи является явно положительной характеристикой как для мужчин, так и для женщин.

Логичность была признана положительной характеристикой 90% опрошенных (45 человек), и только остальные 10% (5 человек) уверены, что логичность является нейтральной характеристикой. Ни один из респондентов не выразил мнения о том, что рассматриваемая характеристика отрицательная. Как и в случае с уверенностью, мнения мужчин и женщин почти полностью совпали: 92% мужчин (23 человека) и 88% женщин (22 человека) высказались за то, что логичность является положительной характеристикой, и 8% мужчин (2 человека) и 12% женщин (3 человека) – что нейтральной. То есть, логичность речи мужчин, как и уверенность, оценивается респондентами как положительная характеристика вне зависимости от пола респондентов.

Более половины респондентов (34 человека – 68%) придерживаются мнения, что предметность является положительным качеством мужской речи, тогда как остальные 32% (16 человек) отметили её как нейтральную. В первые 34 человека вошли 18 мужчин (72%) и 16 женщин (64%); 16 человек,

считающих, что предметность нейтральная характеристика, составили 7 мужчин (28%) и 9 женщин (36%), то есть разница в восприятии этой характеристики у представителей разных полов практически отсутствует. Таким образом, можно сделать вывод, что предметность воспринимается носителями русской культуры как положительная характеристика вне зависимости от пола.

Склонность спорить была отмечена как отрицательная характеристика 52% респондентов (26 людьми). Остальные 48% (24 человека) считают, что эта характеристика является нейтральной. При этом 56% мужчин (14 человек) и 40% женщин (10 человек) придерживаются мнения, что склонность спорить является нейтральной характеристикой, и 60% женщин (15 человек) и 44% мужчин (11 человек) – что отрицательной. Таким образом, можно заключить, что в целом склонность мужчин спорить можно охарактеризовать как нейтрально-отрицательное качество, однако есть тенденция к тому, что женщины несколько хуже относятся к склонности мужчин спорить, чем сами мужчины.

Ровно половина респондентов (50% – 25 человек) охарактеризовала склонность мужчин к использованию большого количества терминов отрицательно. 40% информантов (20 человек) посчитали, что использование мужчинами терминов является нейтральным качеством, и 10% (5 человек) – положительным. Среди тех, кто отрицательно отнёсся к этой характеристике, было 44% мужчин (11 человек) и 56% женщин (14 человек). Одинаковое количество мужчин и женщин – по 40% (10 человек) – отрицательно оценили склонность к использованию большого количества терминов. 16% мужчин (4 человека) и всего 4% женщин (1 человек) отметили характеристику как положительную. В общем, можно сделать вывод, что характеристика является нейтрально-отрицательной, однако есть некоторая тенденция к тому, что женщины отрицательнее оценивают большое количество используемых мужчинами терминов, нежели сами мужчины.

Что касается склонности открыто выражать своё несогласие с мнением собеседника, то большинство опрошенных (29 человек – 58%) склонны считать эту характеристику нейтральной, тогда как 20% опрошенных (10 человек) сочли её положительной, и 22% (11 человек) – отрицательной. Из 29 человек, посчитавших склонность мужчин открыто выражать своё несогласие с мнением собеседника нейтральной характеристикой, 12 (48%) оказались мужчинами и 17 (68%) – женщинами. Среди 10 людей, высказавшихся за положительность этой характеристики, было 4 мужчины (16%) и 6 женщин (24%). В числе тех, кто считает данную характеристику отрицательной, оказались 9 мужчин (36%) и 2 женщины (8%). Таким образом, можно сказать, что склонность открыто выражать своё несогласие с собеседником является нейтральной характеристикой, однако женщины склонны оценивать открытое выражение мужчинами своего несогласия с мнением собеседника более положительно, чем сами мужчины.

Немногословность была отмечена большинством респондентов как нейтральная характеристика (56% – 28 человек). 32% опрошенных (16 человек) уверены, что немногословность является положительным качеством мужской речи, тогда как 12% (6 человек) посчитали эту характеристику отрицательной. Как и в случае с уверенностью, логичностью и предметностью, мнения мужчин и женщин почти полностью совпали: по 56% представителей (по 14 человек) как мужского, так и женского пола сочли мужскую немногословность нейтральной характеристикой. 28% мужчин (7 человек) и 36% женщин (9 человек) считают это качество положительным, и 16% мужчин (4 человека) и 8% женщин (2 человека) – отрицательным. Таким образом, можно сказать, что, по мнению как мужчин, так и женщин, немногословность является нейтральной характеристикой.

Сопоставив речевые гендерные стереотипы, существующие в сознании носителей русского языка и культуры, с тем, как эти стереотипы

оцениваются, можно сделать вывод о том, представители разных социальных групп по-разному относятся к речи мужчин и женщин.

Если брать группы, разделённые по признаку пола, можно заключить, что в общем мужчины оказываются более высокого мнения о мужской речи, чем женщины о речи мужчин. Об этом свидетельствует то, что мужчины гораздо чаще, чем женщины, отмечали такие положительные качества как уверенность, предметность и логичность. Женщины же относительно часто отмечали отрицательные качества: склонность спорить и склонность открыто соглашаться с мнением собеседника, то есть женщины воспринимают мужчин критичнее, чем мужчины воспринимают себя.

В случае групп, разделённых по возрастному признаку, можно сказать, что благосклоннее всего к речи мужчин относятся люди старше 41 года и младше 30 лет, так как для представителей именно этих возрастных групп важны уверенность, логичность и предметность. Наиболее критичны к мужской речи люди в возрасте от 36 до 40 лет, так как они относительно редко отмечали уверенность, однако относительно часто отмечали склонность спорить. Респонденты в возрасте от 31 года до 35 лет менее критичны, чем информанты в возрасте от 36 до 40 лет, однако и для них отрицательные характеристики (склонность спорить) важнее, чем положительные (предметность, логичность).

Что касается групп, разделённых по образованию, наименее критически относятся к мужской речи респонденты, получившие техническое образование, так как они относительно часто отмечали предметность и логичность, и опрошенные, получившие естественно-научное образование, так как они относительно часто отмечали уверенность и предметность, и относительно редко склонность спорить. Информанты, получившие гуманитарное образование, относятся к речи мужчин достаточно критически, так как относительно часто отмечали склонность спорить и относительно редко – логичность и предметность.

2.4.2.6 Выводы

Основываясь на результатах анализа ответов респондентов, можно сделать следующие выводы:

1. Согласно полученным данным, наиболее ярко выраженным стереотипом мужской речи является уверенность, которая была отмечена более чем половиной всех групп респондентов. Помимо уверенности, к стереотипам речи мужчин можно отнести предметность, логичность, склонность спорить, выражать открыто своё несогласие с собеседником, использование большого количества терминов, а также немногословность.

2. При формировании стереотипов такие социальные факторы, как пол, возраст и образование, играют важную роль, что подтвердилось нашим исследованием, показавшим, что люди разного пола, разного возраста, получившие разное образование, по-разному характеризуют и оценивают речь мужчин.

3. Уверенность, логичность и предметность оцениваются носителями русской культуры положительно, склонность открыто выражать своё несогласие с собеседником и немногословность – нейтрально, тогда как склонность мужчин спорить и использование большого количества терминов являются нейтрально-отрицательными характеристиками.

4. Среди опрошенных нами респондентов благосклоннее всего мужчин оценивают мужчины младше 30 лет или старше 41 года, получившие естественно-научное или техническое образование. Наиболее критически среди наших информантов к мужскому речевому поведению отнеслись женщины в возрасте от 36 до 40 лет, получившие гуманитарное образование.

5. Наименее подвержены влиянию стереотипов мужского речевого поведения женщины, группа людей в возрасте от 36 до 40 лет, а также группа людей, получивших естественно-научное образование. Остальные группы более подвержены влиянию стереотипов мужского речевого поведения.

2.4.3 Характеристики женского речевого поведения

2.4.3.1 Общие результаты

Более 50% всех проанкетированных отметили три характеристики, которые, по их мнению, свойственны речи женщин: эмоциональность, многословность и болтливость.

Кроме этих характеристик респонденты также часто отмечали следующие характеристики: умение слушать, высокую скорость речи, склонность спорить, образность, мягкость, склонность приводить примеры в подтверждение своей точки зрения, а также вежливость (см. таблицу 13).

Табл. 13. 10 наиболее отмечаемых всеми респондентами характеристик женского речевого поведения.

№ п/п	Характеристика	Кол-во	%
1	Эмоциональность	170	85%
2	Многословность	152	76%
3	Болтливость	122	61%
4	Умение слушать	87	44%
5	Высокая скорость речи	83	42%
6	Склонность спорить	81	41%
7	Образность	76	38%
8	Мягкость	73	37%
9	Склонность приводить примеры в подтверждение своей точки зрения	70	35%
10	Вежливость	67	34%

Таким образом, можно заключить, что для носителей русской культуры наиболее ярко выраженными стереотипами женского речевого поведения являются эмоциональность, многословность и болтливость. Однако так как формирование стереотипов может зависеть от разных социальных факторов,

у людей разного пола, разного возраста, получивших разное образование, могут быть разные стереотипы женской речи.

2.4.3.2 Результаты ответов групп, разделённых по признаку пола

Большинство респондентов мужского пола отметили 3 характеристики, которые, по их мнению, свойственны речи женщин: эмоциональность, многословность и болтливость. В наиболее часто отмечаемые 10 характеристик также вошли образность, умение слушать, высокая скорость речи, склонность спорить и склонность не использовать большое количество терминов, в также вежливость и склонность смягчать своё несогласие с собеседником (см. таблицу 14).

Табл. 14. 10 наиболее отмечаемых мужчинами характеристик женского речевого поведения.

№ п/п	Характеристика	%
1	Эмоциональность	88%
2	Многословность	81%
3	Болтливость	60%
4	Образность	46%
5	Умение слушать	42%
6	Высокая скорость речи	39%
7-8	Склонность спорить	38%
7-8	Склонность не использовать большое количество терминов	38%
9	Вежливость	34%
10	Склонность смягчать несогласие с собеседником	33%

Большая часть проанкетированных женщин отметили те же 3 характеристики: эмоциональность, многословность и болтливость. Кроме них среди наиболее часто отмечаемых 10 также оказались умение слушать, высокая скорость речи, склонность спорить, мягкость, склонность приводить

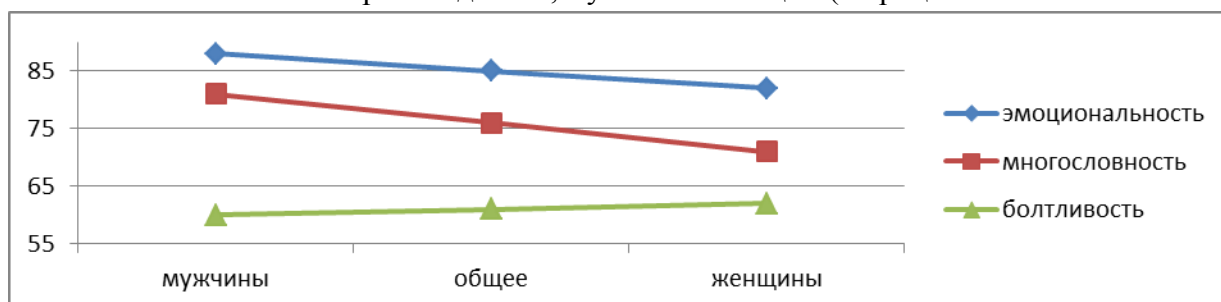
примеры в подтверждение своей точки зрения, а также уверенность и вежливость (см. таблицу 15).

Табл. 15. 10 наиболее отмечаемых женщинами характеристик женского речевого поведения.

№ п/п	Характеристика	%
1	Эмоциональность	82%
2	Многословность	71%
3	Болтливость	62%
4	Умение слушать	45%
5	Высокая скорость речи	44%
6	Склонность спорить	43%
7	Мягкость	42%
8	Склонность приводить примеры в подтверждение своей точки зрения	41%
9-10	Уверенность	33%
9-10	Вежливость	33%

Таким образом, можно прийти к выводу о том, что женские речевые стереотипы у мужчин и женщин во многом совпадают: более половины представителей обоих полов уверены, что женщины говорят эмоционально и что они многословны и болтливы. Однако если сравнить 10 наиболее часто отмечаемых мужчинами и женщинами характеристик, то можно заметить, что всего 7 из них совпадают (эмоциональность, многословность, болтливость, умение слушать, высокая скорость речи, склонность спорить и вежливость). Мужчины кроме них также указали на образность, склонность не использовать большое количество терминов и склонность смягчать несогласие с собеседником, которые, по их мнению, присущи женскому речевому поведению. Женщины часто отмечали склонность приводить большое количество примеров в подтверждение своей точки зрения, уверенность и мягкость.

График 6. Характеристики женской речи, отмеченные 50% и более всех респондентов, мужчин и женщин (в процентах – левый столбик).



Если мы построим график трёх характеристик женского речевого поведения (см. график 6), то на нём будет видно, что стереотипы мужчин и женщин в общем совпадают, однако мужчины относительно чаще отмечали эмоциональность и многословность, по сравнению с женщинами, и реже женщин отмечали болтливость.

Кроме того на графике видно, что у мужчин более яркое представление о характеристиках женской речи, чем у женщин, из чего можно сделать вывод о том, что мужчины больше подвержены влиянию стереотипов.

2.4.3.3 Результаты ответов групп, разделённых по возрасту

Более 50% информантов в возрасте от 25 до 30 лет считают, что женской речи присущи эмоциональность, многословность, болтливость, а также высокая скорость речи. Кроме этих 4 характеристик в 11 наиболее часто отмечаемых характеристик также вошли склонность спорить, мягкость, склонность смягчать своё несогласие с собеседником, умение слушать, склонность приводить примеры в подтверждение своей точки зрения, а также образность и склонность не использовать большое количество терминов (см. таблицу 16).

Табл. 16. 11 наиболее отмечаемых респондентами в возрасте от 25 до 30 лет характеристик женского речевого поведения.

№	Характеристика	Кол-во	%
1	Эмоциональность	44	85%
2	Многословность	39	75%

3	Болтливость	32	62%
4	Высокая скорость речи	30	58%
5	Склонность спорить	23	44%
6	Мягкость	19	37%
7	Склонность смягчать несогласие с собеседником	18	35%
8-9	Умение слушать	16	31%
8-9	Склонность приводить примеры в подтверждение своей точки зрения	16	31%
10-11	Образность	15	29%
10-11	Склонность не использовать большое количество терминов	15	29%

Более половины респондентов в возрасте от 31 года до 35 лет отметили четыре характеристики, которые, по их мнению, свойственны женскому речевому поведению: многословность, эмоциональность, болтливость и умение слушать. Кроме этих характеристик в 10 наиболее отмечаемых также вошли склонность спорить, мягкость, образность, вежливость, высокая скорость речи и уверенность (см. таблицу 17).

Табл. 17. 10 наиболее отмечаемых респондентами в возрасте от 31 года до 35 лет характеристик женского речевого поведения.

№	Характеристика	Кол-во	%
1	Многословность	38	81%
2	Эмоциональность	36	77%
3	Болтливость	25	53%
4	Умение слушать	24	51%
5	Склонность спорить	20	43%
6-8	Мягкость	19	40%
6-8	Образность	19	40%
6-8	Вежливость	19	40%

9	Высокая скорость речи	16	34%
10	Уверенность	14	30%

Большая часть проанкетированных в возрасте от 36 до 40 лет отметила три характеристики женской речи: многословность, эмоциональность и болтливость. Кроме них в 10 наиболее часто отмечаемых характеристик вошли следующие 7: умение слушать, высокая скорость речи, уверенность, склонность спорить, мягкость, склонность не использовать большое количество терминов, а также склонность смягчать своё несогласие с собеседником (см. таблицу 18).

Табл. 18. 10 наиболее отмечаемых респондентами в возрасте от 36 до 40 лет характеристик женского речевого поведения.

№	Характеристика	Кол-во	%
1	Эмоциональность	44	90%
2	Многословность	37	76%
3	Болтливость	32	65%
4	Умение слушать	23	47%
5	Высокая скорость речи	19	39%
6-7	Уверенность	17	35%
6-7	Склонность спорить	17	35%
8-9	Мягкость	16	33%
8-9	Склонность не использовать большое количество терминов	16	33%
10	Склонность смягчать несогласие с собеседником	14	29%

Большинство респондентов в возрасте от 41 года до 60 лет отметили 5 характеристик, которые, по их мнению, присущи женскому речевому поведению: эмоциональность, многословность, болтливость, образность, а также склонность приводить примеры в подтверждение своей точки зрения. Кроме этих 5 качеств в наиболее часто отмечаемые 10 также вошли

склонность смягчать несогласие с собеседником, умение слушать, склонность спорить, вежливость и высокая скорость речи (см. таблицу 19).

Табл. 19. 10 наиболее отмечаемых респондентами в возрасте от 41 года до 60 лет характеристик женского речевого поведения.

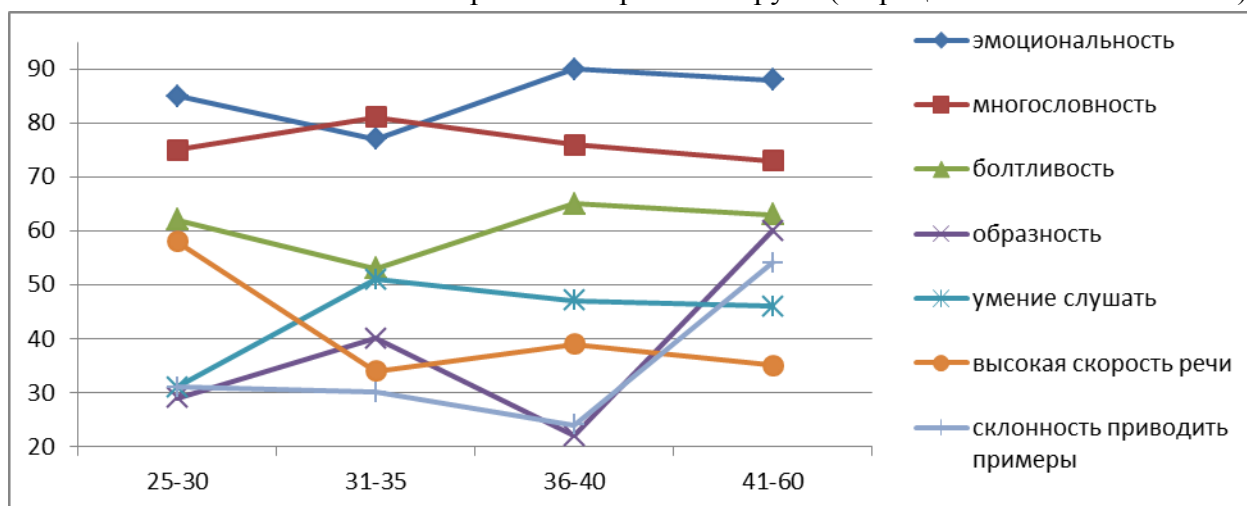
№	Характеристика	Кол-во	%
1	Эмоциональность	46	88%
2	Многословность	38	73%
3	Болтливость	33	63%
4	Образность	31	60%
5	Склонность приводить примеры в подтверждение своей точки зрения	28	54%
6	Склонность смягчать несогласие с собеседником	25	48%
7-8	Умение слушать	24	46%
7-8	Склонность спорить	24	46%
9	Вежливость	23	44%
10	Высокая скорость речи	18	35%

Таким образом, можно сделать вывод о том, что в целом у представителей разных возрастных групп имеются схожие представления о речи женщин: более половины респондентов из всех групп отметили эмоциональность, многословность и болтливость. Однако представители самой младшей возрастной группы также часто отмечали высокую скорость речи, более половины респондентов в возрасте от 31 года до 36 лет отметили умение слушать, тогда как большинство информантов из самой старшей группы указали на образность, присущую речи женщин, и склонность приводить примеры в подтверждение своей точки зрения.

Если сравнить 10 наиболее часто отмечаемых разными группами характеристик, то можно сказать, что 6 из них совпали (эмоциональность, многословность, болтливость, умение слушать, высокая скорость речи и

склонность спорить). Кроме них также часто отмечались ещё 7 (тринадцать группами: образность (возрастными группами 25-30, 31-35, 41-60), склонность смягчать своё несогласие с собеседником (группами 25-30, 36-40, 41-60) и мягкость (группами 25-30, 31-35, 36-40), двумя группами: склонность не использовать большое количество терминов (группами 25-30, 36-40), вежливость (группами 31-35, 41-60), склонность приводить примеры в подтверждение своей точки зрения (группами 25-30, 41-60) и уверенность (группами 31-35, 36-40)).

График 7. Характеристики женской речи, отмеченные 50% и более представителей разных возрастных групп (в процентах – левый столбик).



На графике 7 видно, что две характеристики (эмоциональность и многословность) отмечались гораздо чаще других, кроме того график болтливости не пересекается ни с одним из графиков других характеристик. Из этого можно сделать вывод, что эти три характеристики являются наиболее яркими характеристиками женского речевого поведения. Можно заметить, что, как и в случае с оценкой речевого поведения мужчин, по этим трём характеристикам совпадают ответы самой старшей и самой младшей групп. Кроме того, по пяти характеристикам (эмоциональность, многословность, болтливость, умение слушать и высокая скорость речи) близки результаты анкетирования респондентов в возрасте от 36 лет до 40 и в возрасте от 41 года до 60 лет.

Также можно заметить, что у нескольких характеристик схожие графики: у эмоциональности, болтливости и высокой скорости речи, а также у образности и склонности приводить примеры в подтверждение своей точки зрения. Из этого можно сделать вывод о том, что в сознании носителей русской культуры эмоциональность и болтливость ассоциируются с высокой скоростью речи, а образность предполагает приведение примеров.

Отметим, что чаще всего упомянутые характеристики женской речи отмечались людьми старше 41 года, из чего можно сделать вывод, что именно эта возрастная группа более всего подвержена влиянию стереотипов. Менее всего стереотипы влияют на людей в возрасте от 36 до 40 лет, так как всего 3 характеристики были отмечены более чем 50% представителей этой возрастной группы.

2.4.3.4 Результаты ответов групп, разделённых по типу полученного образования

50% и более респондентов с техническим образованием отметило 5 характеристик, свойственных, по их мнению, речевому поведению женщин: эмоциональность, многословность, болтливость, образность и умение слушать. Кроме них в 10 наиболее часто отмечаемых характеристик вошли склонность спорить, высокая скорость речи, вежливость, мягкость, а также склонность приводить примеры в подтверждение своей точки зрения (см. таблицу 20).

Табл. 20. 10 наиболее отмечаемых респондентами с техническим образованием характеристик женского речевого поведения.

№ п/п	Характеристика	Кол-во	%
1	Эмоциональность	64	86%
2	Многословность	56	76%
3	Болтливость	48	65%
4	Образность	38	51%

5	Умение слушать	37	50%
6-8	Склонность спорить	30	41%
6-8	Высокая скорость речи	30	41%
6-8	Вежливость	30	41%
9-10	Мягкость	28	38%
9-10	Склонность приводить примеры в подтверждение своей точки зрения	28	38%

Более половины информантов, закончивших вуз по гуманитарным специальностям, отметили 3 характеристики женской речи: эмоциональность, многословность и болтливость. В 10 наиболее часто отмечаемых характеристик также вошли склонность спорить, высокая скорость речи, склонность смягчать своё несогласие с собеседником, склонность приводить примеры в подтверждение своей точки зрения, вежливость, уверенность и склонность не использовать большое количество терминов (см. таблицу 21).

Табл. 21. 10 наиболее отмечаемых респондентами с гуманитарным образованием характеристик женского речевого поведения.

№ п/п	Характеристика	Кол-во	%
1	Эмоциональность	63	85%
2	Многословность	57	77%
3	Болтливость	47	64%
4	Склонность спорить	36	49%
5	Высокая скорость речи	30	41%
6	Склонность смягчать несогласие с собеседником	29	39%
7-8	Склонность приводить примеры в подтверждение своей точки зрения	28	38%
7-8	Вежливость	28	38%
9-10	Уверенность	27	36%

9-10	Склонность не использовать большое количество терминов	27	36%
------	--------------------------------------------------------	----	-----

Большая часть респондентов с естественно-научным образованием, также отметила 3 характеристики: эмоциональность, многословность и болтливость. Кроме этих 3 характеристик следующие 7 вошли в 10 наиболее часто отмечаемых: умение слушать, высокая скорость речи, мягкость, склонность спорить, склонность открыто выразить несогласие с собеседником, образность и склонность приводить примеры в подтверждение своей точки зрения (см. таблицу 22).

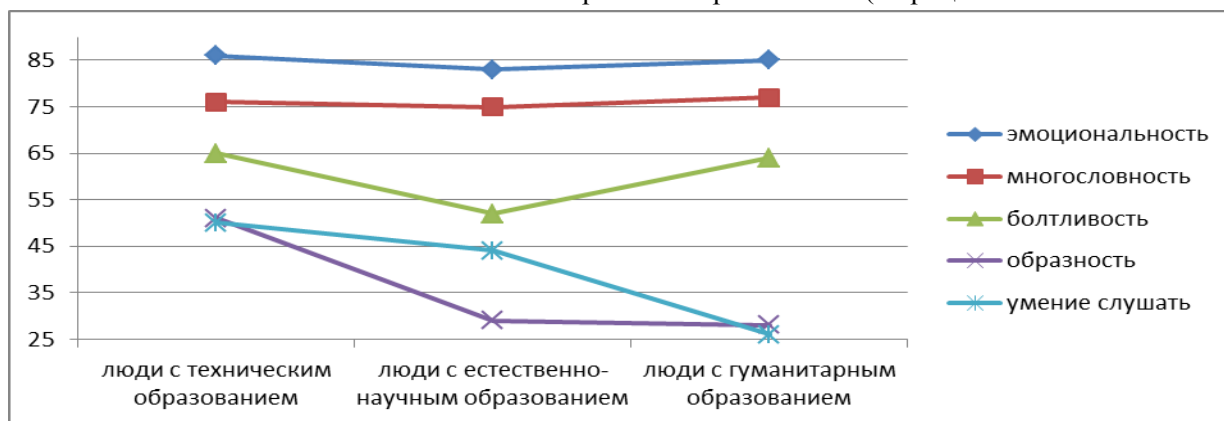
Табл. 22. 10 наиболее отмечаемых респондентами с естественно-научным образованием характеристик женского речевого поведения.

№ п/п	Характеристика	Кол-во	%
1	Эмоциональность	43	83%
2	Многословность	39	75%
3	Болтливость	27	52%
4-5	Умение слушать	23	44%
4-5	Высокая скорость речи	23	44%
6	Мягкость	20	38%
7-8	Склонность спорить	18	35%
7-8	Склонность открыто выразить несогласие с собеседником	18	35%
9	Образность	15	29%
10	Склонность приводить примеры в подтверждение своей точки зрения	14	27%

Из вышесказанного можно сделать вывод, что у людей, получивших разное образование, складываются достаточно разные представления о речи женщин. Несмотря на то, что большинство респондентов из всех групп отметили только 3 характеристики (эмоциональность, многословность и болтливость), большая часть информантов с техническим образованием также отметила образность и умение слушать. Кроме того из 10 наиболее

часто отмечаемых разными группами характеристик совпали менее половины – только 6 из 14 (эмоциональность, многословность, болтливость, высокая скорость речи, склонность спорить и склонность приводить примеры в подтверждение своей точки зрения). Остальные 8 часто отмечались респондентами либо из двух групп (образность, умение слушать и мягкость (группами с техническим и естественно-научным образованием)), а также вежливость (группами с техническим и гуманитарным образованием)), либо из одной группы (склонность не использовать большое количество терминов, уверенность и склонность смягчать своё несогласие с собеседником (группой с гуманитарным образованием)), а также склонность открыто выражать своё несогласие с собеседником (группой с естественно-научным образованием)). Заметим, что в число наиболее часто отмечаемых 10 характеристик, отмеченных разными группами вошли противоположные характеристики: склонность смягчать своё несогласие с собеседником и склонность открыто выражать своё несогласие с собеседником.

График 8. Характеристики женской речи, отмеченные 50% и более представителей групп с разным образованием (в процентах – левый столбик).



На графике 8 видно, что частотность отмечаемая респондентами таких характеристик, как эмоциональность и многословность, не зависела от их образования. Однако графики трёх других характеристик «ломаются»: болтливость часто отмечалась респондентами с техническим и гуманитарным образованием и относительно редко информантами с

естественно-научным образованием; образность отмечалась чаще теми, кто получил техническое образование, тогда как умение слушать чаще отмечалось людьми с техническим и естественно-научным образованием, чем людьми с гуманитарным.

На графике также наглядно показано, что респонденты, закончившие вуз по техническим специальностям, более подвержены влиянию стереотипов, так как они чаще отмечали характеристики речевого поведения женщин. Менее всего стереотипов женского речевого поведения у информантов, получивших естественно-научное образование.

2.4.3.5 Результаты дополнительного анкетирования

В ходе дополнительного анкетирования мы просили респондентов оценить по шкале «положительно – нейтрально – отрицательно» выявленные нами ранее 7 стереотипов женского речевого поведения: эмоциональность, многословность, уверенность, образность, умение слушать, высокую скорость речи и склонность приводить примеры в подтверждение своей точки зрения.

Большая часть респондентов (29 человек – 58%) считает, что эмоциональность женской речи является нейтральной характеристикой, 18 человек (36%) отметили эмоциональность, как положительную характеристику, и только 3 человека (6%) – как отрицательную. Среди тех, кто посчитал эмоциональность положительной характеристикой, было 16 мужчин (64%) и 13 женщин (52%). Число как мужчин, так и женщин, отметивших, что данная характеристика является положительной, совпало: 9 мужчин (36%) и 9 женщин (36%). Все высказавшиеся за то, что эмоциональность является отрицательной характеристикой, оказались женщинами – таких было 3 (12%). Таким образом, можно прийти к выводу о том, что, во-первых, эмоциональность является нейтрально-положительной характеристикой женской речи, и, во-вторых, женщины немного критичнее

относятся к эмоциональности женской речи, по сравнению с мужчинами – однако, это скорее тенденция, нуждающаяся в подтверждении более широким анкетированием.

Никто из респондентов не посчитал многословность положительным качеством. 48% всех опрошенных (24 человека) считают, что многословность можно отнести к нейтральным характеристикам, остальные 52% (26 человек) уверены, что это отрицательное качество женской речи. При этом большинство мужчин (60% – 15 человек) высказались за нейтральность характеристики, тогда как большинство женщин (64% – 16 человек) посчитало многословность отрицательным качеством. Соответственно, 40 % мужчин (10 человек) отметили данную характеристику, как отрицательную, и 36% женщин (9 человек) – как нейтральную. Таким образом, можно говорить, что многословность женской речи является нейтрально-отрицательным качеством, и при этом женщины относятся к этой характеристике своей речи более отрицательно, нежели к ней относятся мужчины.

Болтливость также никто из информантов не счёл положительной характеристикой женской речи. При этом большинство, а именно 84% (42 человека) уверены, что данная характеристика является отрицательной, и только 16% (8 человек) высказались за нейтральность болтливости женской речи. Из 42 человек, считающих болтливость отрицательным качеством, 80% пришлось на мужчин (20 человек) и 88% – на женщин (22 человека); и только 20% мужчин (5 человек) и 12% женщин (3 человека) отметили, что, по их мнению, болтливость является нейтральной характеристикой. Это позволяет нам сделать вывод о том, что болтливость женской речи является отрицательной характеристикой как для мужчин, так и для женщин, причём для женщин более отрицательной, чем для представителей мужского пола.

Большинство опрошенных отнесли высокую скорость речи к нейтральным характеристикам (70% – 35 человек). 28% опрошенных

считают, что это качество является отрицательным, и только 1 человек (2%) высказался за положительность высокой скорости речи женщин. Среди тех, кто охарактеризовал это качество как нейтральное, большинство составили мужчины: среди них 84% (21 человек) ответили, что считают высокую скорость речи женщин нейтральной характеристикой, тогда как среди женщин этот процент оказался равен 56% (14 человек). 16 % мужчин и 40% женщин высказали мнение о том, что отрицательно относятся к данной характеристике. Единственным респондентом, оценившим высокую скорость речи положительно, была одна представительница женского пола (4%). Таким образом, можно сделать вывод, что высокая скорость речи является нейтральной характеристикой, однако есть тенденция, что женщины оценивают высокую скорость речи представительниц своего пола отрицательнее, чем мужчины.

Умение женщин слушать было отнесено большей частью опрошенных к положительным характеристикам: так ответили 86% опрошенных (43 человека). Остальные 14% (7 человек) считают, что эта характеристика является нейтральной. Ни один респондент не высказал мнения о том, что эта характеристика является отрицательной. Среди тех, кто считает умение слушать положительной характеристикой женской речи, было 80% опрошенных мужчин (20 человек) и 92% проанкетированных женщин (23 человека). Соответственно, 20% мужчин (5 человек) и 8% женщин (2 человека) отметили умение женщин слушать как нейтральную характеристику. Таким образом, можно сказать, что умение слушать является положительной характеристикой, при этом существует тенденция, что женщины оценивают характеристику в целом лучше, чем мужчины.

Большинство опрошенных (68% – 34 человека) склоняются к тому, что образность является положительной характеристикой речи женщин. 32% респондентов (16 человек) считают образность женской речи нейтральной характеристикой. Как и в случае с умением слушать, ни один из опрошенных

не отнёс данную характеристику к отрицательным. Однако мнения мужчин и женщин об образности женской речи довольно сильно отличаются: 84% опрошенных мужчин (21 человек) считают образность положительной характеристикой, тогда как среди женщин всего 52% (13 человек) разделяют это мнение. Соответственно, 16% мужчин (4 человека) и 48% женщин (12 человек) высказали мнение о том, что образность женской речи является нейтральной характеристикой. Таким образом, образность можно отнести к положительным характеристикам, однако, следует учитывать, что мужчины оценивают эту характеристику гораздо более положительно, чем женщины.

80% опрошенных (40 человек) считают, что склонность женщин приводить примеры в подтверждение своей точки зрения является положительной характеристикой. Остальные 20% (10 человек) отнесли эту характеристику к нейтральным. Среди 40 людей, которые охарактеризовали склонность женщин приводить примеры в подтверждение своей точки зрения, было 19 мужчин (76% всех опрошенных мужчин) и 21 женщина (84% всех опрошенных женщин). 6 мужчин (24%) и 4 женщины (16%) считают эту характеристику нейтральной. Ни один из информантов не высказал мнения о том, что склонность женщин приводить примеры в подтверждение своей точки зрения, является отрицательной. Таким образом, можно сказать, что данная характеристика, по мнению респондентов, является положительной как для мужчин, так и для женщин.

Исходя из полученных результатов касательно оценки речевых гендерных стереотипов, можно сделать вывод о том, что представители разных социальных групп по-разному оценивают речь мужчин и женщин по шкале «положительно – отрицательно».

Если брать результаты анкетирования групп, разделённых по признаку пола, можно заключить, что мужчины относятся к речи женщин более благосклонно, чем сами женщины. Во-первых, среди мужчин процент отметивших эмоциональность в качестве характеристики, свойственной речи

женщин, был выше, чем у женщин (88% vs. 82%). Во-вторых, мужчины в целом более положительно, чем женщины, оценивали как эмоциональность, так и многословность.

Что касается групп, разделённых по возрастному критерию, можно сказать, что наиболее благосклонно к речи женщин относятся люди старше 41 года, так как они относительно часто отмечали положительные и нейтральные качества (такие как эмоциональность, образность, склонность приводить примеры и умение слушать) и относительно редко отмечали отрицательные качества (в основном многословность и высокую скорость речи). Наиболее критически к речи женщин отнеслись представители возрастной группы от 36 до 40 лет, которые относительно часто отмечали отрицательные характеристики (многословность и болтливость), и относительно редко – положительные качества (особенно образность и склонность приводить примеры в подтверждение своей точки зрения).

В случае групп, разделённых по образованию, можно делать вывод, что наиболее критически к женской речи относятся информанты, получившие гуманитарное образование, так как они относительно часто отмечали болтливость женщин и относительно редко образность. Респонденты, получившие как техническое, так и естественно-научное образование, относятся более благосклонно к речи женщин: первые хотя и часто отмечали болтливость, также относительно часто отмечали образность и умение слушать, тогда как вторые не очень часто отмечали образность и умение слушать, зато относительно редко отмечали болтливость.

2.4.3.6 Выводы

Исходя из анализа ответов, полученных от респондентов о характеристиках женского речевого поведения, можно сделать следующие выводы:

1. Согласно полученным данным, наиболее ярко выраженными чертами стереотипа женского речевого поведения являются эмоциональность, многословность и уверенность. Кроме этих трёх качеств, к стереотипам также можно отнести образность, умение слушать, высокую скорость речи и склонность приводить примеры в подтверждение своей точки зрения.

2. Социальные факторы, такие как пол, возраст и образование, влияют на формирование стереотипов, и наше исследование подтвердило, что люди разного пола, разного возраста и получившие разное образование, по-разному оценивают женское речевое поведение.

3. Умение слушать, образность и склонность женщин приводить примеры в подтверждение своей точки зрения, согласно ответам респондентов, являются положительными характеристиками, эмоциональность является нейтрально-положительной характеристикой, высокая скорость речи – нейтральной, многословность – нейтрально-отрицательной, тогда как болтливость оценивается как отрицательное качество.

4. Наименее критически к речи женщин относятся мужчины старше 41 года с техническим или естественно-научным образованием, а наиболее критически – женщины в возрасте от 36 до 40 лет, получившие гуманитарное образование.

5. Наиболее подвержены стереотипам женской речи мужчины, группа людей старше 41 года и группа людей, получивших техническое образование, тогда как наименее подвержены влиянию стереотипов женщины, группа людей младше 30 лет и группа людей с естественно-научным образованием.

2.4.4 Эталонные образы мужчин и женщин

После вопросов 4 и 5 о речи женщин и мужчин, следовали вопросы о мужских и женских эталонах: *«Кто из известных людей (возможно, героев фильма/книги), по Вашему мнению, является эталонным мужчиной?»* и *«Кто из известных людей (возможно, героев фильма/книги), по Вашему мнению, является эталонной женщиной?»*. В качестве ответов на эти вопросы была получена 191 реакция, при этом 78 реакций были даны мужчинами и 113 – женщинами.

Среди эталонных мужчин более одного раза были названы Чак Норрис (3 раза, только мужчинами), Сильвестр Сталлоне (2 раза, только мужчинами), Джеймс Бонд (2 раза мужчинами и 1 раз женщиной), Ретт Батлер и Джонни Депп (по 3 раза, только женщинами), Ричард Гир (2 раза, только женщинами). Таким образом, эталонами мужского поведения для мужчин стали либо герои фильмов, обладающие храбростью и силой и рискующие своей жизнью для спасения других, либо актёры, играющие таких героев. Кроме Чака Норриса, Сильвестра Сталлоне и Джеймса Бонда, мужчины также называли Робокота, героя фильма «Телохранитель» и Терминатора (по одному разу). Для женщин эталоном мужского поведения стали романтические герои-любовники, которые нравятся женщинам не столько своей силой, сколько обаянием. Женщины также вспомнили Штирлица, Жана Рено, Брюса Уиллиса, Бреда Питта (по одному разу).

Что касается эталонных женщин, чаще других были названы Скарлетт О'Хара (8 раз: 2 раза мужчинами и 6 раз женщинами), Моника Белуччи (5 раз: 3 раза мужчинами и 2 раза женщинами), Одри Хепберн (5 раз: 3 раза мужчинами и 2 раза женщинами), а также Анджелина Джоли (3 раза: 1 раз женщиной и 2 раза женщинами) и Золушка (3 раза: 2 раза мужчинами и 1 раз женщиной). Таким образом, можно сказать, что у мужчин и женщин примерно одинаковые эталоны женского поведения: образцы красоты и очарования, а также секс-символы эпох, среди которых также были названы

Мэрилин Монро, Элизабет Тейлор, Джулия Робертс, Дженнифер Лопес (по 1 разу). Были также названы литературные и исторические персонажи, являющиеся образцами скромности и верности: Соня Мармеладова, Наташа Ростова, Татьяна Ларина, жены декабристов, Герда (по одному разу).

Из вышесказанного можно сделать вывод о том, что эталоны как мужчин, так и женщин, предполагают в первую очередь поведение и совокупный образ, и в гораздо меньшей степени затрагивают речевое поведение. Однако общее поведение и образ эталонов совпадают с основными стереотипами: как мужественные и храбрые герои, так и героини-любовники, обязательно должны обладать уверенностью; вряд ли можно представить себе очаровательную красотку и, тем более, секс-символ, не обладающую эмоциональностью. Таким образом, можно прийти к выводу о том, что эталоны мужчин и женщин, существующие в сознании носителей русской культуры, не противоречат стереотипам женского и мужского речевого поведения.

2.4.5 «Анти-эталонные» образы мужчин и женщин

После вопросов об эталонах мужского и женского поведения, шли вопросы об известных мужчинах, которые ведут себя не по-мужски, и женщинах, ведущих себя не по-женски. Эти вопросы мы задавали с целью понять, какими качествами, по мнению носителей русской культуры, не должны обладать мужчины и женщины. В качестве ответов на эти вопросы было получено всего 132 реакции, 62 из которых были даны мужчинами и 70 – женщинами.

Среди мужчин, ведущих себя не по-мужски, как мужчинами, так и женщинами часто назывались Сергей Зверев (14 человек: 8 мужчин и 6 женщин), Владимир Жириновский (12 человек: 6 мужчин и 6 женщин), Филипп Киркоров (9 человек: 4 мужчины и 5 женщин) и Борис Моисеев (9 человек: 7 мужчин и 2 женщины). Кроме того, более раза были также

названы Николай Басков и Влад Лисовец (по 2 раза). Некоторые опрошенные указывали на качества, которыми не должны обладать мужчины: болтливость (2 раза), эмоциональность (2 раза), неуверенность (1 раз), агрессивность (1 раз), грубость (1 раз). Таким образом, как мужчинами, так и женщинами осуждается вызывающее и скандальное поведение, а также излишняя стильность и нетрадиционная сексуальная ориентация мужчин.

Среди неженственных женщин чаще других были упомянуты Ксения Собчак (6 человек: 3 мужчины и 3 женщины) и Валерия Новодворская (4 человека: 3 мужчины и 1 женщина), а также другие женщины-политики (Ирина Хакамада и Маргарет Тэтчер – по 2 раза; Валентина Матвиенко, Ангела Меркель, Эльвира Набиуллина – по 1 разу) и скандальные представительницы шоу-бизнеса (Тина Канделаки и Леди Гага – по 2 раза, Светлана Конеген – 1 раз). Кроме того некоторые респонденты также указывали качества, которыми, по их мнению, не должны обладать женственные женщины: лидерство (2 раза), жестокость (1 раз) и агрессивность (1 раз).

Таким образом, можно выделить несколько групп отрицательных качеств:

1. Черты поведения, противоположные стереотипам и эталонам: например, среди отрицательных черт мужчин называлась неуверенность, противоположная самому яркому стереотипу мужской речи – уверенности.

2. Черты поведения, являющиеся стереотипами для представителей противоположного пола: для мужчин нежелательными качествами являются болтливость и эмоциональность, которые являются стереотипами женского речевого поведения, а отрицательными качествами женщин – уверенность, логичность и общая «жесткость» (качества, свойственные женщинам-политикам).

3. Черты поведения, которые являются отрицательными как для мужчин, так и для женщин: агрессивность и грубость.

Основываясь на вышеизложенном, можно прийти к выводу о том, что как мужчин, так и женщин осуждают за следование стереотипам, свойственным противоположному полу. Мужчин также осуждают за несоответствие стереотипам мужского речевого поведения.

2.5 Выводы

Подводя итог по результатам анкетирования, можно сделать следующие выводы:

1. Наше исследование подтвердило наличие стереотипов мужского и женского речевого поведения у носителей русской культуры, получивших высшее образование. Стереотип мужской речи включает в себя **уверенность, предметность, логичность, склонность спорить, склонность использовать большое количество терминов, склонность открыто выражать своё несогласие с собеседником, а также немногословность.** В стереотип женского речевого поведения входят такие качества, как **эмоциональность, многословность, болтливость, образность, умение слушать, высокая скорость речи и склонность приводить примеры в подтверждение своей точки зрения.**

2. Анализ ответов респондентов подтвердил, что социальные факторы, такие, как пол, возраст и тип образования, влияют на формирование стереотипов. Важным выводом является то, что у стереотипов гендерного речевого поведения есть «ядро», то есть качества, которые присущи стереотипу вне зависимости от пола, возраста и образования носителя русской культуры, а есть «периферийная часть», то есть качества, которые являются частью стереотипа в зависимости от пола, возраста и образования представителя русской культуры. Так, ядром стереотипа мужского речевого поведения является уверенность, тогда как остальные качества оказываются периферийными. Ядром стереотипа женской речи являются три качества:

эмоциональность, многословность и болтливость, тогда как остальные 4 периферийные.

3. Социальные факторы, такие, как пол, возраст и тип образования, также влияют на подверженность разных носителей русской культуры речевым гендерным стереотипам. Среди анкетированных наиболее подверженными влиянию стереотипов оказались мужчины, люди старше 41 года и люди, получившие техническое образование. Эта тенденция может подтвердиться и в группах информантов, не получивших высшее образование.

4. Дополнительно проведённое анкетирование позволяет нам сделать вывод, что разные группы анкетированных по-разному относятся к стереотипам речи мужчин и женщин. Если учитывать оценочный критерий характеристик, то можно сделать вывод, что как к речи мужчин, так и к речи женщин благосклоннее всего относятся мужчины старше 41 года с естественно-научным или техническим образованием. Наиболее критически к мужской речи относятся женщины в возрасте от 36 до 40 лет с гуманитарным образованием, а к женской речи – также женщины, получившие гуманитарное образование, однако младше 30 лет.

5. Наше анкетирование показало, что эталоны мужского и женского поведения (такие как храбрость, сила, готовность рисковать у мужчин, и красота, сексапильность женщин, с одной стороны, и скромность – с другой), существующие в сознании проанкетированных нами носителей русской культуры, не противоречат стереотипам женского и мужского речевого поведения. Это позволяет нам сделать вывод о том, что стереотипы связаны с эталонами, и возможно, влияют друг на друга. Однако для подтверждения этой гипотезы требуются дополнительные исследования.

6. Согласно ответам информантов о мужчинах, не соответствующих представлению о мужском поведении, и женщинах, ведущих себя не по-женски, люди, получившие высшее образование, осуждают представителей

обоих полов за следование стереотипам противоположного пола. Однако мужчин также осуждают за несоответствие стереотипам мужского речевого поведения.

Глава 3. Проявление речевых гендерных стереотипов в речи мужчин и женщин

В предыдущей главе данной работы мы описали стереотипы речи мужчин и женщин, существующие в сознании носителей русской культуры. Наша следующая задача – понять, действительно ли выявленные качества присущи речи мужчин и женщин. Из многообразия речевых ситуаций и дискурсов мы выбрали для анализа определённый пласт – деловое общение в рамках телевизионного ток-шоу.

Телевизионный дискурс был выбран нами как один из наиболее распространённых видов средств массовой информации. В качестве материала был взят не один из наиболее популярных главных каналов, а специализированный бизнес-канал для определённого вида аудитории, чтобы рассмотреть специфический жанр аналитического ток-шоу. В исследовании «Выражение согласия/несогласия в устной научной коммуникации: гендерный аспект» Л.Н. Масловой [Маслова 2007] было показано, что в научном дискурсе, насквозь пронизанном формулами общения, проявляются гендерные особенности в общении коммуникантов. Нам, в свою очередь, было интересно узнать, насколько речевые гендерные стереотипы находят выражение в жёстких рамках интеллектуального телевизионного общения.

3.1 Описание материала

Выбор был сделан в пользу аналитических ток-шоу телеканала РБК «В фокусе» и «Диалог». Оба ток-шоу затрагивают вопросы экономики и политики, актуальные на момент передач. Всего было проанализировано 15 программ (8 передач «В фокусе» и 7 передач «Диалог»), общей длительностью 314 минут 18 секунд. В каждой передаче гостями были мужчина и женщина, все ведущие – мужчины.

Список передач в хронологическом порядке:

1. «В фокусе» «Мясоперерабатывающие холдинги» 22.02.2011, ведущий Игорь Виттель, в студии Татьяна Бобровская⁷, старший аналитик ИФК «Метрополь», и Виктор Линник, президент агропромышленного комплекса «Мираторг».

2. «В фокусе» «Продуктовый ритейл: тенденции рынка» 03.03.2011, ведущий Игорь Виттель, в студии Георгий Патарая, руководитель практики по работе с компаниями потребительского сектора КПМГ в России и СНГ, и Татьяна Бобровская, старший аналитик ИФК «Метрополь».

3. «В фокусе» «Банки переоценены?» 10.03.2011, ведущий Игорь Виттель, в студии Светлана Ковальская, аналитик банковского сектора инвестиционной компании «Ренессанс капитал», и Сергей Моисеев, директор центра экономических исследований Московской финансово-промышленной академии.

4. «В фокусе» «Авиарынок будет расти и укрупняться» 17.03.2011, ведущий Игорь Виттель, в студии Иоланта Стрикица, управляющий директор компании Strikitsa Consulting, и Александр Рубцов, генеральный директор компании «Ильюшин Финанс».

5. «В фокусе» «Продуктовый ритейл» 13.04.2011, ведущий Игорь Виттель, в студии Дмитрий Потапенко, управляющий партнёр Management Development Group, и Наталья Колупаева, старший аналитик отдела анализа рынка акций ТКБ Капитал.

6. «В фокусе» «Жилая недвижимость: динамика роста» 14.04.2011, ведущий Андрей Левченко, в студии Валентина Становова, первый вице-президент Capital Group, и Константин Ковалёв, управляющий партнёр компании «Blackwood».

⁷Гости указываются в порядке, в котором их представлял ведущий.

7. «Диалог» «Какими будут пенсии?» 26.04.2011, ведущий Андрей Левченко, в студии Оксана Дмитриева, депутат Госдумы, и Виктор Геращенко, профессор, доктор экономических наук, экс-глава ЦБ РФ.

8. «В фокусе» «Тенденции рынка страхования» 27.04.2011, ведущий Игорь Виттель, в студии Любовь Ельцова, генеральный директор страховой компании «Согласие», и Павел Самиев, заместитель генерального директора рейтингового агентства «Эксперт РА».

9. «Диалог» «Банки: игра на грани фола» 19.04.2012, ведущий Андрей Левченко, в студии Наталья Колобова, первый вице-президент банка «Петро-Коммерц», и Александр Хандруев, первый вице-президент Ассоциации региональных банков России.

10. «В фокусе» «Минеральные удобрения: цены растут» 26.04.2012, ведущий Игорь Виттель, в студии Марина Алексенко, управляющий директор, начальник управления альтернативных инвестиций «Газпромбанка», и Роман Ткачук, ведущий аналитик инвестиционной компании «Рик-Финанс».

11. «Диалог» «Бюджетный тупик» 06.06.2012 ведущий Андрей Левченко, в студии Елена Лебединская, эксперт экономической экспертной группы, и Алексей Ведев, директор Центра структурных исследований Института экономической политики им. Егора Тимуровича Гайдара.

12. «Диалог» «Стратегия для Дальнего Востока» 08.06.2012, ведущий Степан Демура, в гостях Ольга Кузнецова, ведущий научный сотрудник Института системного анализа РАН, и Иван Стариков, профессор Академии народного хозяйства в государственной службе Президента Российской Федерации.

13. «Диалог» «Бизнес-климат в регионах» 28.06.2012, ведущий Андрей Левченко, в студии Наталья Кудрявцева, начальник управления департамента промышленности, торговли и предпринимательства Кемеровской области, и Константин Андрусик, генеральный директор Госфонда поддержки предпринимательства по Кемеровской области.

14. «Диалог» «Политсезон: от оттепели к похолоданию?» 17.07.2012 года, ведущий Андрей Левченко, в студии Алёна Аршинова, сопредседатель координационного совета Молодой гвардии Единой России, депутат Госдумы, и Михаил Дмитриев, президент Центра стратегических разработок. Также в передаче принимает участие по удалённой связи Константин Калачёв, руководитель политической экспертной группы.

15. «Диалог» «Банкиры: между жадностью и страхом» 18.07.2012, ведущий Андрей Левченко, в студии Елена Котова, публицист писатель, экономист-международник, и Яков Миркин, председатель Совета директоров инвест-компании «Еврофинансы».

Отдельно отметим, что темы всех передач, на которые в качестве гостей приглашаются женщины, являются, так скажем, «лёгкими», например, розничная торговля, потребительский ритейл, рынок недвижимости, банковское дело, политика. Женщины традиционно не приглашаются на передачи с «тяжёлыми» темами такими, как, например, цветные металлы, рынок нефти и газа, металлургия, электроэнергетика и другие «мужские» темы.

3.2 Анализ материала

Тексты анализировались с помощью разных методик анализа, в том числе использовались обработка визуального материала, текстологический анализ, синтагматический анализ, структурный анализ, семантический анализ, дискурсивный анализ (или дискурс-анализ), сопоставительный

анализ, которые были проведены с целью выявить особенности проявления гендерных стереотипов в речи и, шире, в поведении людей.

Отметим, что мы старались максимально объективно подойти к анализу реализации выявленных характеристик, просчитывая все возможные формальные способы проявления характеристик в реальной речи мужчин и женщин. Однако реализацию не всех выявленных характеристик речи легко проанализировать и подсчитать, опираясь исключительно на анализ, так как часть характеристик носит оценочный характер. В той или иной мере это касается всех характеристик. Тем не менее, мы выработали методику анализа и применили её максимально последовательно на выбранном материале. Конечно, реализацию таких характеристик, как многословность/немногословность или болтливость сложно проверить подсчётом слов из-за оценочности характеристик. Но в рамках данного исследования не представилось возможным провести эксперимент с привлечением информантов, так как материал для анализа слишком обширен.

В ходе анализа в основном мы искали вербальные маркеры, которые позволили бы нам прийти к выводу о том, реализуется ли та или иная характеристика речи. Несмотря на то, что нами был выбран аудио-визуальный ряд, то есть аудиотекст, сопровождающийся картинкой, в основном мы анализировали вербальный текст, скрипт передач. Это обусловлено спецификой выбранного материала. Аналитические ток-шоу не предполагают активного использования невербального языка участниками. Пообщавшись с рядом генеральных директоров крупных государственных и частных компаний, которые смотрят телеканал РБК-ТВ, мы установили, что в большинстве случаев канал включён фоном и визуальное внимание на него не направлено.

Для проведения анализа нами были отобраны тексты по определённому параметру (разный пол гостей программы), после чего были сделаны скрипты всех текстов.

Дальнейший анализ проводился с учётом специфики текстов, а именно их принадлежности к жанру аналитического ток-шоу, то есть к информационно-аналитическим текстам. Информационно-аналитические тексты направлены в первую очередь на сообщение, и только во вторую на воздействие на телезрителя, что, естественно, выражается и в используемом стиле, как ведущим, так и гостями ток-шоу.

Так как целью анализа было подтвердить или опровергнуть реализацию выявленных нами стереотипов, мы анализировали речь участников передач по заданным параметрам. Анализ проводился в несколько этапов: подсчёт формальных параметров, лексический анализ, выявление семантических особенностей текста, синтагматический анализ, а также последующий сопоставительный анализ.

В первую очередь подсчитывались формальные параметры, в том числе был проведён подсчёт того, сколько времени от эфира говорит тот или иной гость, а также оценивалась скорость речи гостей. Далее проводился лексический анализ текстов, в который входило выявление лексических особенностей речи (использование терминов, эмоционально-оценочной лексики, слов-связок и т.д.). Мы считали как количество случаев употребления слов и словосочетаний, так и общее количество тех или иных маркированных слов и их процент от общего количества слов, сказанных тем или иным гостем. Также выявлялись семантические особенности текстов (способы выражения уверенности, выражения несогласия с собеседником, логичность изложения, приведение примеров и т.д.). Синтагматический

анализ включал в себя выделение синтагм⁸ в речи гостей передач с последующим анализом количества тех или иных видов синтагм.

Кроме того, мы считали средний процент употребления тех или иных слов/словосочетаний для мужчин и для женщин, и во всех возможных случаях мы выделяли основную группу полученных процентов и не включали в подсчёт среднего количества процентов результаты, которые значительно отличались в большую или меньшую сторону от общей массы результатов. В описании результатов подсчёта все случаи отдельно оговорены.

3.2.1 Реализация выявленных мужских речевых гендерных стереотипов

3.2.1.1 Уверенность

Так как под уверенностью принято понимать твёрдость, непоколебимость, отсутствие сомнений⁹, мы искали в текстах признаки отсутствия сомнений в сказанном, например, усилительные наречия, такие, как «действительно», «безусловно», «абсолютно», а также такие фразы, как «подчёркиваю», «совершенно очевидно», «я уверен» и т.д.

Приведём несколько примеров использования усилительных наречий, а также фраз, выражающих уверенность мужчинами и женщинами:

- «Я **категорически** не приемлю, когда создаются госкорпорации» (*Иван Стариков, «Стратегия для Дальнего Востока»*)
- «Этот проект мог бы стать и **должен** стать главным вопросом повестки дня саммита» (*Иван Стариков, «Стратегия для Дальнего Востока»*)
- «**Действительно**, в банковской индустрии работают обычные люди» (*Яков Миркин, «Банкиры: между жадностью и страхом»*)
- «Да, **конечно**, как клиенты выигрываем» (*Александр Хандруев, «Банки: игра на грани фола»*)

⁸Под синтагмой мы, вслед за Ф. де Соссюром, понимаем последовательность двух или более языковых единиц, соединённых определённым типом связи [ЛЭС 1990]. В первую очередь нас интересовали атрибутивные синтагмы.

⁹Словарь русского языка: «**УВЕРЕННЫЙ**: твёрдый, не колеблющийся, не сомневающийся» [Словарь русского языка 1989].

- «В России **необходимо** сделать более открытую политическую систему» (Михаил Дмитриев, «Политсезон: от оттепели к похолоданию?»)
- **Естественно**, они вынуждены модернизироваться сегодня... Это **действительно** так. (Алёна Аришинова, «Политсезон: от оттепели к похолоданию?»)
- «**Безусловно**, банки – это money making» (Елена Котова, «Банкиры: между жадностью и страхом»)
- «Заёмщики хотят большей частью сейчас, **конечно**, кредитоваться в длину» (Наталья Колобова, «Банки: игра на грани фола»)
- «Важное, **действительно**, в этом квартале произошло» (Валентина Становова, «Жилая недвижимость: динамика роста»)

При анализе 15 передач нам встретилось всего 364 случая использования подобных слов и выражений, при этом в 202 случаях авторами были мужчины, и в 162 – женщины. Кроме того, нами было подсчитано количество слов, выражающих уверенность, которые были использованы мужчинами и женщинами. Представители мужского пола употребили всего 328 слов, выражающих уверенность, а представительницы женского – 249. Процент употребления таких слов составил от 0% до 4,04% у мужчин и от 0,67% до 3,39% у женщин. Средний процент слов, выражающих уверенность, составил 1,82% у мужчин и 1,78% у женщин.

Мы нанесли полученные результаты на шкалу графика, чтобы понять, есть ли результаты, значительно отличающиеся от средних:

График 9. Процент слов, выражающих уверенность, в речи у мужчин.

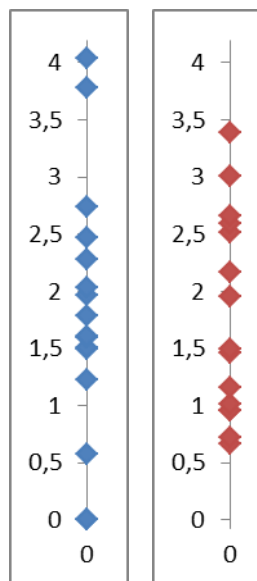
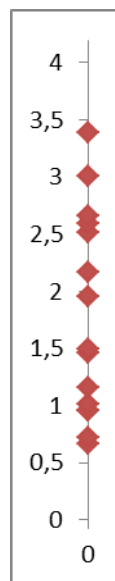


График 10. Процент слов, выражающих уверенность, в речи женщин.



На графике 9 наглядно видно, что основная часть результатов мужчин принадлежит диапазону от 1,22% до 2,74% (11 из 16), и в таком случае средний процент равен 1,88%. У женщин большая часть ответов (13 из 15) находится в пределах от 0,67% до 2,66%, при этом средний процент равен 1,56%.

Мы также нашли случаи употребления слов и фраз, выражающих неуверенность и сомнение. В их число вошли такие единицы, как «наверное», «может быть», «наверяд ли», «возможно», «так скажем» и другие. Приведём несколько примеров того, как мужчины и женщины выражали неуверенность:

- «**Я думаю**, что **можно** дать **всё-таки** оценку **в целом** положительную» (Александр Хандруев, «Банки: игра на грани фола»)
- «Потому что они **в какой-то степени** заставляют своих заёмщиков застраховать залоги» (Павел Самиев, «Тенденции рынка страхования»)
- «Нужно будет **немножко** выждать, и потом, **мне кажется**, **неплохая** идея будет на рынке» (Роман Ткачук, «Минеральные удобрения: цены растут»)
- «И резкий рост цен на зерно, он, **в принципе**, достаточно был прогнозирован..., он больше влияет на, **наверное**, рентабельность свиноводов и птицеводов» (Виктор Линник, «Мясоперерабатывающие холдинги»)
- «Я могу сказать только одно, что **по всей видимости**, **могу предположить**, что концентрация управления в Хабаровске, а не в Москве, **может быть**,

дать некую оптимизацию в принятии управленческих решений» (Ольга Кузнецова, «Стратегия для Дальнего Востока»)

- «Ставки, **я думаю**, останутся **примерно** на уровне вот сегодняшнего дня» (Наталья Колобова, «Банки: игра на грани фола»)
- «Именно с точки зрения бюджета, **я бы сказала**, что, **наверное**, пока поводов серьёзно беспокоиться нет» (Елена Лебединская, «Бюджетный тупик»)
- «Вот то же самое есть, **по-моему**, в Америке, **если я не ошибаюсь**» (Наталья Кудрявцева, «Бизнес-климат в регионах»)

Всего встретилось 503 случая употребления подобных фраз, 231 случай из которых был воспроизведён мужчинами и 272 – женщинами. Средний процент для мужчин составил 1,53% от всего количества слов, тогда как для женщин этот процент составил 1,92%.

Мы нанесли данные по отдельным передачам на графики (см. графики 11 и 12), на которых наглядно видно, что основные цифры у мужчин лежат в диапазоне от 0,09% до 2,6% (15 результатов), тогда как у женщин основное количество принадлежит диапазону от 0,49% до 2,71% (13 результатов). Если исходить из этих данных, то средний процент для мужчин составляет 1,39%, а для женщин – 1,64%.

График 11. Процент слов, выражающих неуверенность, в речи мужчин.

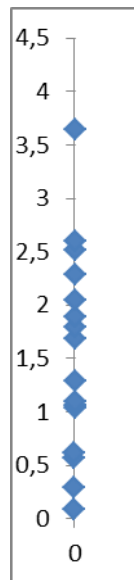
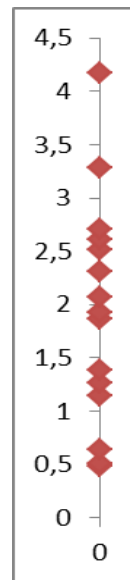


График 12. Процент слов, выражающих неуверенность, в речи женщин.



Таким образом, можно сказать, что женщины используют больше слов, выражающих неуверенность, чем мужчины.

Основываясь на вышесказанном, можно сделать вывод о том, что стереотип уверенности, присущей речи мужчин, по мнению проанкетированных респондентов, действительно находит выражение в реальной речи в рамках интеллектуального телевизионного общения.

3.2.1.2 Предметность

Под предметностью обычно понимается наглядность, иллюстративность и приведение примеров в подтверждение своей точки зрения¹⁰. Соответственно, мы искали языковые единицы, служащие в речи для того, чтобы ввести конкретный пример или наглядную ситуацию, подтверждающие или опровергающие то или иное мнение, а также приведение говорящим конкретных фактов. Мы искали следующие случаи:

- «Считалось, что если ты получаешь пенсию в **132 рубля, 120 рублей плюс 10 процентов за непрерывность стажа...**» (Виктор Геращенко, «Какими будут пенсии?»)
- «Он [проект – авт.] со шлифом будет у нас **250 тысяч голов**, объём инвестиций **24 миллиарда**» (Виктор Линник, «Мясоперерабатывающие холдинги»)
- «Когда начинался проект региональных самолётов **Сухой Superjet** и **Антонов-148**, это было начало 2000 года, 2001 год, в мире было всего два игрока на рынке региональных перевозок, это **Embraer** и **Bombardier**» (Александр Рубцов, «Авиарынок будет расти и укрупняться»)
- «Я бы осторожно относился к **Росбанку, Уралсибу и ВТБ**» (Сергей Мусеев, «Банки переоценены?»)
- «Здесь речь идёт о недвижимости как бизнес-класса, о нашем комплексе **Триколор в районе Проспекта Мира**, так и о наших комплексах в премиум-сегменте: **Цветной Бульвар – Легенда Цветного и Город столиц**» (Валентина Становова, «Жилая недвижимость: динамика роста»)
- «Торговые сети увеличивают свои обороты на **30-40% в год**» (Татьяна Бобровская, «Продуктовый ритейл: тенденции рынка»)

¹⁰Словарь русского языка: «**ПРЕДМЕТНЫЙ**: наглядный, основанный на показе» [Словарь русского языка 1989].

- «Я так понимаю, что речь идёт о банках первой тридцатки, таких как *«Межпромбанк»* в первую очередь, да?» (*Светлана Ковальская, «Банки переоценены?»*)
- «Большие инвестиционные программы делают как самые крупные холдинги, *Еврохим, ФусАгро*, делает *Акрон* эти инвестиции...» (*Марина Алексенко, «Минеральные удобрения: цены растут»*)

Всего нами было найдено 358 ситуаций приведения конкретных фактов, названий и цифр, 195 из которых были приведены мужчинами, и 163 – женщинами. Мужчины приводят 1 конкретный пример/факт на число слов от 40 до 875, при этом в среднем наглядный пример, подобный описанному выше, приходится на 164 слова. У женщин 1 конкретный пример/факт встречается на каждые 42-697 слов и в среднем приходится на 168 слов.

На графиках 13 и 14 хорошо видно, что несколько результатов как у мужчин, так и у женщин, значительно отличаются от общей массы, однако основной диапазон для мужчин составляет от 40 до 297 слов на один пример/факт (у 15 мужчин), и от 42 до 216 слов на один конкретный пример/факт у женщин (у 13 женщин). При подсчёте основного большинства среднее число слов, приходящихся на один пример/факт, составило 116 у мужчин (от 40 до 297) и 100 у женщин (от 42 до 216).

График 13. Число слов, приходящихся на один конкретный пример/факт, в речи мужчин.

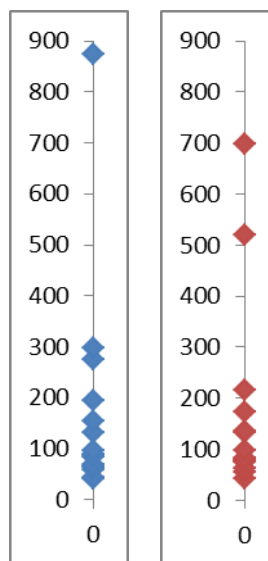
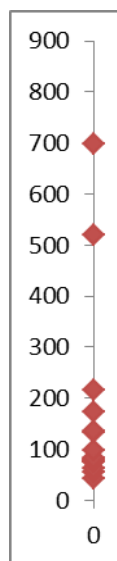


График 14. Число слов, приходящихся на один конкретный пример/факт, в речи женщин.



Таким образом, анализ языкового материала не выявил явного лидерства мужчин или женщин в приведении примеров, хотя, вероятно,

может идти речь о тенденции мужчин говорить предметнее женщин, которая требует подтверждения на более широком материале. Основываясь на выбранных нами передачах, можно заключить, что мужчины и женщины говорят с примерно одинаковой степенью предметности, и стереотип предметности речи мужчин не подтвердился нашим исследованием речи в рамках интеллектуального телевизионного общения.

3.2.1.3 Логичность

Под логичностью принято понимать последовательность в изложении собственного мнения¹¹. При анализе текстов нас в первую очередь интересовали языковые единицы, помогающие представить своё мнение последовательно, а также выражающие причинно-следственную связь, такие, как «во-первых», «во-вторых», «итак», «если ..., то», «поскольку» и т.д. Приведём несколько примеров, встретившихся нам в текстах передач:

- «*С одной стороны*, это обычная кривая нормального распределения... *С другой стороны*, надо понимать, что конечно же, современные финансы, они очень интенсифицированы» (Яков Миркин, «Банкиры: между жадностью и страхом»)
- «Существует ряд оговорок, которые всё равно будут оставаться, и эти исключения из страховых случаев всё равно будут использоваться, это правильно. *Потому что* иначе страховые компании должны будут повысить сильно тарифы, *потому что* некоторые виды исключений могут существенно повлиять на стоимость» (Павел Самиев, «Тенденции рынка страхования»)
- «*Поскольку* ресурсы более дорогие, *то и* ставки по кредитам более высокие» (Александр Хандруев, «Банки: игра на грани фола»)
- «Ситуация ... состоит в том, что *с одной стороны*, мы накапливаем резервы... *С другой стороны*, у нас совершенно пропорционально растёт внешний долг» (Алексей Ведев, «Бюджетный тупик»)

¹¹Словарь русского языка: «ЛОГИЧНЫЙ: вполне закономерный, разумный, последовательный» [Словарь русского языка 1989].

- «Нам, как крупной компании, проще работать с посредниками, **потому что** они заинтересованы в работе с нами» (*Любовь Ельцова, «Тенденции рынка страхования»*)
- «**Если** внешние цены позволяют, **то** производители минеральных удобрений могут сделать хорошую капитальную программу... **А если** цены не позволяют, они вынуждены её сокращать» (*Марина Алексенко, «Минеральные удобрения: цены растут»*)
- «Я бы не стала на это рассчитывать, **поскольку** всё-таки рынок мяса и производители мяса чувствительны к ценам на зерно» (*Татьяна Бобровская, «Продуктовый ритейл: тенденции рынка»*)
- «**Если** у нас будет падение, например, вот этого сборочного производства, **то** это скажется, **соответственно**, на доходах населения, на внутреннем спросе и так далее (*Елена Лебединская, «Бюджетный тупик»*)

В проанализированных текстах нам встретилось 648 случаев использования подобных слов и словосочетаний: 331 из них были употреблены мужчинами и 317 – женщинами. Что касается процентного соотношения слов, указывающих на логичность, то в речи мужчин процент употребления таких слов составил от 0,23% до 2,84%, в то время как у женщин он был от 0,68% до 3,88%. Средний процент для представителей сильного пола составил 1,98%, а для представительниц слабого – 1,96%.

Однако если представить результаты в виде графика, отчётливо видно, что большая часть результатов у мужчин (14 из 16) приходится на промежуток от 1,52% до 2,84%, а 14 из 15 результатов у женщин находятся в диапазоне от 0,68% до 2,68%. Если считать средний показатель по этим процентам, то мужчины в среднем употребляют 2,2% слов, выражающих причинно-следственную связь, тогда как для женщин средний процент составляет 1,82%.

График 15. Процент слов, указывающих на логичность изложения, в речи мужчин.

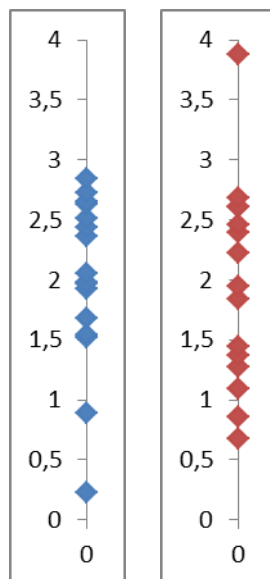
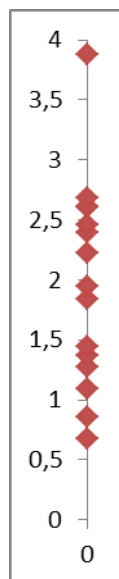


График 16. Процент слов, указывающих на логичность изложения, в речи женщин.



Результаты подсчёта слов, указывающих на логичность изложения, позволяют сделать вывод о том, что мужчины в среднем употребляют несколько больше слов, помогающих структурировать изложение своих мыслей и позволяющих связать мысли в сложные предложения. Таким образом, можно сделать вывод, что в рамках интеллектуального телевизионного общения проявляется тенденция к тому, что мужчины говорят логичнее, чем женщины, то есть стереотип логичности мужчин действительно проявляется в их речи.

3.2.1.4 Склонность спорить

Под склонностью спорить обычно понимаются несогласие с собеседником и настойчивые попытки доказать правильность своего мнения¹². Отметим, что случаи возникновения открытого спора встретились всего в двух передачах: «Стратегия для Дальнего Востока» и «Какими будут пенсии?». В обоих случаях спорили женщины с ведущим. В передаче «Стратегия для Дальнего Востока» Ольга Кузнецова повторно не

¹²Словарь русского языка: «СПОРИТЬ: вести спор, возражать, доказывая что-нибудь. СПОР: словесное состязание, обсуждение чего-нибудь, в котором каждый отстаивает своё мнение» [Словарь русского языка 1989].

соглашается с репликой ведущего о причинах создания госкорпорации, а также пытается переубедить ведущего:

Ведущий: Создание корпорации, которая не подчинится федеральным законам, говорит о чём? О том, что вертикаль власти и федеральные законы, которые работают в нашем замечательном правовом государстве, они неэффективны. Я...

О. Кузнецова: **Но ведь и корпорацию не создали. Создали министерство**

Ведущий: Министерство.... Вот, вот вопрос

О. Кузнецова: **Это пока обсуждавшийся вариант**, который в итоге пока что...

Ведущий: тонкий вопрос на самом деле

О. Кузнецова: **и не реализован**, и на самом деле, по крайней мере официально, идут сообщения, что раз Министерство, то вопрос о госкорпорации по крайней мере пока откладывается и больше не обсуждается. **То есть это была идея, не более того**, по крайней мере, пока.

Далее в передаче она ещё раз возвращается к тому же вопросу и настаивает, однако достаточно мягко, на своём мнении:

Ведущий: Но ведь эта структура имеет больше прав, чем региональные чиновники. Она может их убирать.

О. Кузнецова: Вы знаете, **я бы** по поводу больших прав **подождала бы** всё-таки конкретных решений. **Потому что ещё раз повторю**, что всё, что говорится по поводу некой структуры, которая будет над законом, над всеми остальными министерствами, это пока не более чем разговоры. И по правде говоря, когда создавалось Министерство регионального развития, тоже такие разговоры велись, и говорилось о том, что Министерство регионального развития будет над всеми министерствами, оно будет отслеживать все принимаемые министерствами в регионах решения. Ничего этого не состоялось. **Поэтому я бы вот лично пока воздержалась бы от разговоров о том, что такая структура у нас есть. Пока её нет** и надо...

В ток-шоу «Какими будут пенсии?» гостя программы Оксана Дмитриева не соглашается с выводом ведущего и аргументирует свою точку зрения:

О. Дмитриева: ...Вот посмотрите!

Ведущий: Ну приблизительно вот это совпало.

О. Дмитриева: **Ничего подобного!**

Ведущий: Ну чуть поменьше.

О. Дмитриева: **Нет, ничего подобного!** Ноль пять.

Ведущий: Восемьдесят.

О. Дмитриева: **У вас тридцать девять**, вот считать надо уметь, **тридцать девять пенсионеров, семьдесят шесть работающих, то есть у вас на одного пенсионера, около двух, ну полтора работающих.** А у вас она будет, если на одного пенсионера половина работающего, понимаете? Вот тогда она будет более эффективная накопительная система.

Заметим, что проанализировав более 300 минут эфирного времени, мы столкнулись всего с 2 случаями возникновения спора, из чего можно сделать вывод, что выбранный нами тип дискурса не предполагает открытых споров. В обоих случаях спорившими были женщины, и поэтому можно предположить, что мужчины не более чем женщины, склонны вступать в споры в рамках данного жанра телепередач. Таким образом, стереотип склонности мужчин спорить не подтверждается проанализированным нами языковым материалом.

3.2.1.5 Использование большого количества терминов

Под терминами понимаются языковые единицы, которые используются для обозначения понятий специальных областей знаний¹³. Общеизвестные термины отмечены в словарях, однако мы несколько расширили понимание термина и таковыми считали слова и словосочетания, относящиеся к той или иной специализированной области вне зависимости от того, отмечено ли это слово в словаре особой пометой, например, «девелопер», «рентабельность», «ритейлер», «девальвация», «ценообразование», «месторождение», «инвестиции», «конверсия», «холдинг», «рейтинг», «сборы», «монозависимость», «ликвидность» и т.д. К подобным языковым единицам были отнесены также различные словосочетания такие, как, например,

¹³Словарь русского языка: «**ТЕРМИН:** слово или словосочетание – название определённого понятия какой-нибудь специальной области науки, техники, искусства» [Словарь русского языка 1989].

«рыночный регулятор», «торговые площадки», «розничные заёмщики», «кредитный портфель», «внешний спрос», «потенциал роста», «коэффициент замещения», «кэптивная компания».

Нами учитывались не только существительные и атрибутивные словосочетания, но также и специализированные глаголы, такие как «экспортировать», «торговаться» (в словосочетании «удобрения торгуются на бирже»), «консолидировать», «инвестировать», «инкриминировать», «модернизироваться», «сегментировать», «кредитоваться», «банкротить», «диверсифицировать», и глагольные словосочетания: «диктовать цены», «страховать риски», «унифицировать риторику», «сберечь доходы», «сбалансировать бюджет», «стимулировать производство» и другие.

Приведём несколько примеров концентрированного использования терминов гостями передач:

- «У нас созрело *гражданское общество*, но *гражданское общество* – это не *партийно-политическая система*. Для *агрегирования* политических интересов на общероссийском уровне просто *структуры гражданского общества* недостаточно» (Михаил Дмитриев, «Политсезон: от оттепели к похолоданию?»)
- «Главный *драйвер роста*... это *банковский канал продаж*... Потому что они в какой-то степени заставляют своих *заёмщиков застраховать залоги*, жизнь, и другие риски, которые связаны с непосредственно *кредитованием*. Это и *автокредитование*, это и *ипотечное кредитование*, и *кредитование юридических лиц*...» (Павел Самиев, «Тенденции рынка страхования»)
- «Предлагать *корпоративному клиенту факторинг, лизинг*, соглашаться на более *низкую маржу*, но при этом продавать ему *пакет услуг*, включая *комиссии*, которые бы приносили банку *комиссионные доходы*, и в том числе, включая туда *кредитование* работников банка» (Наталья Колобова, «Банки: игра на грани фола»)
- «Это была несколько лет назад *кэптивная компания*, потом мы стали активно на рынке развиваться, у нас девяносто видов *лицензий*, мы открываем больше *агентств, региональная сеть* большая..., мы повысили доступность услуг, различные ввели *механизмы участия*, в различных

торгах, которые проводят государственные структуры...» (Любовь Ельцова, «Тенденции рынка страхования»)

Во всех 15 передачах было выявлено 1393 случая использования терминов или терминологических словосочетаний, 715 из которых были в речи мужчин, и 678 – в речи женщин. Так как некоторые термины состоят из нескольких слов, то мы также подсчитали, какой процент составляют слова, являющиеся терминами или частью терминологических сочетаний. Результаты подсчёта показали, что термины составляют от 2,46% до 11,73% от всего количества слов, произнесённых мужчинами, и от 3,79% до 13,34% от всего количества слов, сказанных женщинами. Однако, при том, что может показаться, что женщины используют больше терминов, средний процент использования терминов у мужчин больше (6,94%), чем у женщин (6,57%).

Кроме того, если полученные результаты нанести на шкалу, наглядно видно, что основное количество результатов у мужчин (12 из 16) находится в диапазоне от 5,21% до 9,02%, тогда как у большей части женщин (12 из 15) эти рамки составляют от 3,79% до 7,18%. При этом средний процент употребляемых терминов у мужчин равен 6,87%, а у женщин он составляет всего 5,35%.

График 17. Процент слов, являющихся терминами или частью терминов, в речи мужчин.

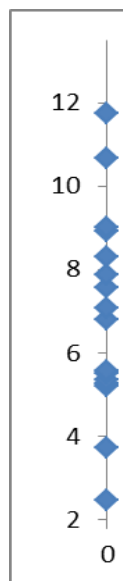
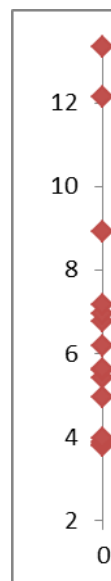


График 18. Процент слов, являющихся терминами или частью терминов, в речи женщин.



Таким образом, анализ выбранного нами материала показывает, что мужчины употребляют в речи в среднем в 1,3 раза больше терминов, чем женщины, то есть более чем на 1,5% больше от общего количества употребляемых слов. Из этого можно заключить, что стереотип использования мужчинами большого количества терминов в речи действительно подтверждается анализом текстов ток-шоу «Диалог» и «В фокусе».

3.2.1.6 Склонность открыто выражать несогласие с собеседником

Для того чтобы понять, склонны ли мужчины открыто выражать своё несогласие с собеседником, мы подсчитали случаи, когда гости передач на какое-то предположение или сообщение собеседника говорили «нет» и/или предлагали своё мнение, которое не совпадало с мнением собеседника, либо фразы, в которых встречался глагол «соглашаться» с отрицанием. Приведём несколько примеров подобных фраз, сказанных как мужчинами, так и женщинами:

- «Я тут с Натальей **не согласен**» (Александр Хандруев, «Банки: игра на грани фола»)
- «**Нет**, это была идея Сергея Кужугетовича Шойгу» (Иван Стариков, «Стратегия для Дальнего Востока»)
- «**Нет, нет**, социальная поддержка – это социальная поддержка» (Алексей Ведев, «Бюджетный тупик»)
- «Вот я с этим **не согласен**» (Яков Миркин, «Банкиры: между жадностью и страхом»)
- «Я с Вами **не соглашусь**, потому что несмотря на это на всё, эти предприятия как раз таки и создают ту монозависимость...» (Наталья Кудрявцева, «Бизнес-климат в регионах»)
- «**Нет**, это **не совсем так**» (Елена Котова, «Банкиры: между жадностью и страхом»)
- «**Нет**, в Греции тоже **не 94%**» (Оксана Дмитриева, «Какими будут пенсии?»)
- «Знаете, **нет**, они даже показали чистую прибыль» (Марина Алексенко, «Минеральные удобрения: цены растут»)

Нам встретилось 46 случаев открытого выражения несогласия с собеседником: 21 у мужчин и 25 у женщин. Ни разу за передачу не высказали своего несогласия с собеседниками 9 мужчин и 5 женщин, 3 мужчины и 5 женщин сделали это по одному разу, более двух раз с собеседником не согласились четверо мужчин (2 раза, 4, 4 и 8) и 5 женщин (2 раза, 2, 4, 5, 6).

Мы также проанализировали наличие тенденции к связи склонности открыто выражать несогласие с собеседником с темами передач. Все 15 передач можно поделить на 5 основных групп по темам: **экономика** («Диалог» «Какими будут пенсии?», «Диалог» «Бюджетный тупик», «Диалог» «Стратегия для Дальнего Востока», «Диалог» «Бизнес-климат в регионах»), **ритейл** («В фокусе» «Продуктовый ритейл: тенденции рынка», «В фокусе» «Продуктовый ритейл», «В фокусе» «Жилая недвижимость: динамика роста», «В фокусе» «Тенденции рынка страхования»), **банковское дело** («В фокусе» «Банки переоценены?», «Диалог» «Банки: игра на грани фола», «Диалог» «Банкиры: между жадностью и страхом»), **промышленность/производство** («В фокусе» «Мясоперерабатывающие холдинги», «В фокусе» «Авиарынок будет расти и укрупняться», «В фокусе» «Минеральные удобрения: цены растут»), **политика** («Диалог» «Политсезон: от оттепели к похолоданию?»).

Явной связи между темой передачи и выражением несогласия найти не удалось. Так, например, в передачах о банковском деле не наблюдается общей тенденции: в одной из передач («В фокусе» «Банки переоценены?») не встретилось ни одного выражения несогласия, в двух других результаты разные: в одной из передач («Диалог» «Банки: игра на грани фола») чаще не соглашался с мнением собеседников мужчина (16 раз, тогда как женщина – 8), в другой – наоборот, чаще не соглашалась с собеседниками женщина (9 раз, тогда как мужчина – 5).

Однако в трёх из четырёх передач о ритейле гости не были склонны выражать несогласие с мнением собеседника (в передаче «Продуктовый

ритейл: тенденции рынка» гость-мужчина высказал одно несогласие с мнением собеседника, в передаче «Жилая недвижимость: динамика роста» не было высказано ни одного несогласия с собеседником кем-либо из гостей, в передаче «Тенденции рынка страхования» гостя передачи один раз не согласилась с собеседником). И только в одной передаче на эту тему («Продуктовый ритейл») оба гостя довольно активно высказывали несогласие с собеседниками: мужчина 3 раза был не согласен с мнением других участников передачи, женщина – 4.

Также в двух из трёх передач на тему промышленности/производства, гости программы были не склонны выражать своё несогласие с собеседником (в передаче «Мясоперерабатывающие холдинги» ни один из гостей ни разу не выразил своего несогласия с собеседником, в передаче «Минеральные удобрения: цены растут» гость один раз не согласился с собеседниками, тогда как гостя ни разу не высказала своего несогласия). В третьей передаче («Авиарынок будет расти и укрупняться») несогласие с собеседниками выражала только гостя передачи 4 раза.

Таким образом, можно предположить, что существует некая связь темы передачи с готовностью гостей не соглашаться с собеседниками, однако, для того, чтобы говорить об этой тенденции требуется привлечение более широкого материала.

Также интересно отметить случаи открытого согласия с собеседником, когда употреблялись такие выражения, как «*Вы правы*», «*Я согласна...*», «*я не могу не согласиться с мнением ...*» и т.д., например:

- «Дело в том, что **я согласен** с тем, что банковская индустрия, она ничем не отличается от любой другой отрасли деятельности» (*Яков Миркин, «Банкиры: между жадностью и страхом»*)
- «А возможно ещё и просто вот то, что говорила Елена, я с ней **полностью согласен**» (*Алексей Ведев, «Бюджетный тупик»*)
- «**Я согласен** с Дмитрием, что главный итог – это рост запроса на перемены» (*Константин Калачёв, «Политсезон: от оттепели к похолоданию?»*)

- *«Да, да, Игорь, совершенно верно» (Роман Ткачук, «Минеральные удобрения: цены растут»)*
- *«На самом деле Михаил здесь прав» (Алёна Аршинова, «Политсезон: от оттепели к похолоданию?»)*
- *«Я абсолютно согласна с мнением Константина» (Валентина Становова, «Жилая недвижимость: динамика роста»)*
- *«С этой проблемой я полностью соглашусь» (Светлана Ковальская, «Банки переоценены?»)*
- *«Я согласна полностью с Георгием, что тенденция по активному росту ... ярко выраженная» (Татьяна Бобровская, «Продуктовый ритейл: тенденции рынка»)*

Всего таких случаев нам встретилось 33: у мужчин – 20, у женщин – 13. При этом 6 мужчин и 9 женщин ни разу не согласились со своими собеседниками, 8 мужчин и 2 женщины высказали согласие с собеседниками один раз, и более двух раз с собеседниками согласились 2-е мужчин (4 раза и 5 раз) и 4 женщины (одна из них согласилась с собеседником 2 раза, другие три – по 3 раза).

В случае согласия с мнением собеседника мы также попытались связать желание гостей соглашаться с собеседниками с темой передач. Однако прямой зависимости выявить не удалось, так, например, если взять передачи на экономические темы, то в одной из них («Стратегия для Дальнего Востока») не было встречено ни одного случая согласия гостей с мнением собеседников, в другой («Бизнес-климат в регионах») только гость передачи дважды согласился с другими участниками передачи, в третьем ток-шоу («Какими будут пенсии?») также гость передачи был согласен с собеседниками, тогда как гостя ни разу не согласилась ни с кем, и в четвёртой («Бюджетный тупик») оба гостя довольно активно соглашались с собеседниками: мужчина 7 раз, а женщина – 4.

В передачах о ритейле примерно такая же ситуация: в одной из передач («Продуктовый ритейл») не было высказано ни одного согласия с собеседниками, во второй («Тенденции рынка страхования») только гость

передачи дважды согласился с другими участниками беседы, в третьем ток-шоу («Жилая недвижимость: динамика роста») мужчина выразил согласие с собеседниками 3 раза, тогда как женщина – 10, и в четвёртой («Продуктовый ритейл: тенденции рынка») оба гостя передачи активно выражали своё согласие с мнениями собеседников (мужчина – 16 раз, женщина – 10 раз).

Также следует заметить, что не было выявлено чёткой связи между выражением согласия и выражением несогласия с собеседниками, так как в одних и тех же передачах было разное количество случаев выражения согласия и несогласия. Так, например, в передаче «Продуктовый ритейл: тенденции рынка» встретился один случай выражения несогласия (мужчиной), и 26 случаев выражения согласия (16 мужчиной и 10 женщиной); в передаче «Жилая недвижимость: динамика роста» ситуация похожа: нет случаев несогласия с собеседниками, однако оба гостя соглашались с другими участниками передачи несколько раз (3 раза мужчина и 10 – женщина). Тем не менее, в передаче «Тенденции рынка страхования» гости не проявляли склонности ни к тому, чтобы соглашаться с собеседниками, ни к тому, чтобы не соглашаться (1 случай несогласия женщины с другими участниками, и 2 случая согласия мужчины), а в ток-шоу «Продуктовый ритейл» гости несколько раз не соглашались с собеседниками (3 раза мужчина и 4 раза женщина), однако ни разу не выразили согласия с другими участниками общения.

Если брать все передачи, то в 7 из 15 ток-шоу мужчины соглашались и не соглашались с собеседниками примерно равное количество раз, тогда как в оставшихся 8 цифры существенно отличались (например, в передаче «Стратегия для Дальнего Востока» мужчина 7 раз не согласился с собеседниками, и ни разу не высказал своего согласия, а в передаче «Какими будут пенсии?» гость передачи ни разу не высказал своего несогласия, однако 7 раз согласился с другими участниками общения).

Что касается женщин, в 6 ток-шоу из 15 число случаев согласия и несогласия с собеседниками было примерно одинаково, тогда как в 9 ток-шоу цифры довольно существенно отличались (так, например, в ток-шоу «Продуктовый ритейл: тенденции рынка» гостя 1 раз не согласилась с собеседниками и 10 раз выразила согласие, а в передаче «Банкиры: между жадностью и страхом» женщина 9 раз выразила своё несогласие с собеседниками, и ни разу не согласилась с участниками общения).

Из вышеизложенного можно заключить, что женщины менее охотно соглашались с собеседником и чаще открыто выражают своё несогласие с собеседником, тогда как мужчины чаще отмечают, что согласны с собеседником, и реже открыто не соглашались. Также необходимо заметить, что разница в результатах не является значительной. Тем не менее, стереотип того, что мужчины, в отличие от женщин, открыто выражают несогласие с собеседником, не подтверждается материалом проанализированных нами информационных ток-шоу.

3.2.1.7 Немногословность

Немногословность – антоним многословности, то есть использования большого количества слов и отсутствия краткости и чёткости¹⁴. Для того, чтобы понять, чья речь – мужская или женская – является немногословной, необходимо понять, кто из представителей двух полов более многословен. То есть узнав, кому более характерна многословность, мы сможем сделать вывод о том, насколько речь мужчин немногословна.

Для того чтобы понять, насколько многословны мужчины и женщины, мы посчитали количество языковых единиц, не несущих смысловой нагрузки, таких как, например, «ну», «вот» (в тех случаях, когда оно не несёт смысловой нагрузки), «да» (в качестве междометия), местоимения,

¹⁴Словарь русского языка: «МНОГОСЛОВИЕ: излишество слов, отсутствие четкости и краткости в речи, в изложении чего-нибудь» [Словарь русского языка 1989].

уточняющие существительное, и другие, а также идентичные повторения слов и фраз. Приведём несколько примеров использования не несущих смысловую нагрузку слов и фраз:

- «Можно посмотреть, **да**, либо, если крупной компании в топ-двадцать рейтинга нет, это тоже означает, что он просто не публичный... Конечно, когда клиент, **клиент** не очень сильно разбирается в финансовых услугах и делает выбор страховой компании, в первую очередь смотрят на брэнд, на размер, **да**, и на отзывы» (Павел Самиев, «Тенденции рынка страхования»)
- «То есть цена, **она, цена** за квадратный метр, достаточно рыночный продукт, мы в настоящий момент наблюдаем с одной стороны, понижение предложения, **скажем так**, до кризисных практически пяти миллионов квадратных метров в год до **там** полутора фактически...» (Константин Ковалёв, «Жилая недвижимость: динамика роста»)
- «Наш проект, **он** уже стартовал, он сейчас, **значит**, уже два года реальное кредитное соглашение с "Внешэкономбанком", мы подписали в сентябре прошлого года» (Виктор Линник, «Мясоперерабатывающие холдинги»)
- «**Ну** я бы просто **ска..** говорил бы **просто**, происходит восстановление как во всех остальных активах товарных» (Роман Ткачук, «Минеральные удобрения: цены растут»)
- «**Там** в реальном выражении, **там**, допустим, полтора, но тем не менее это достаточно существенный рост, особенно на фоне того, что в принципе основная часть доходов, **ну** не основная, но существенная часть доходов, **они** возникают именно от цен на нефть» (Елена Лебединская, «Бюджетный тупик»)
- «**а...** **ну** мне кажется, что если говорить о создании Минвостокразвития, то какая-то структура, которая управляла бы Востоком страны, **она** очевидно была назревшим решением» (Ольга Кузнецова, «Стратегия для Дальнего Востока»)
- «**Вот** у нас была ещё одна хорошая программа, которую у нас поддержал губернатор, она **реализ..** реализована была в 2009 году. Было выделено 23 миллиона для того, чтобы выдать, но **вот** это была грантовая поддержка» (Наталья Кудрявцева, «Бизнес-климат в регионах»)
- «... когда они **вот** сами, **так сказать**, развивают новые продукты, сами выбрасывают их на рынок, сами, **там я не знаю**, придумывают какие-то новые финансовые инструменты...» (Елена Котова, «Банкиры: между жадностью и страхом»)

Подсчёт показал, что от 1,94% до 7,65% всех слов, произнесённых мужчинами, составляют языковые единицы, не несущие смысловой нагрузки. У женщин этот показатель колебался в диапазоне от 0,65% до 6,48%. Средний процент «лишних слов» у мужчин составил 3,83%, а у женщин – 3,54%.

Если обратить внимание на нижеприведённые графики, можно заметить, что основной процент лишних слов у мужчин лежит в пределах от 1,94% до 4,83% (у 14 мужчин из 16), и средний процент в таком случае равен 3,29%. У женщин несколько сложнее выявить основную группу результатов, так как она менее концентрирована, однако, тем не менее, большинство результатов (11 из 15) приходится на диапазон от 2,05% до 5,44% при среднем проценте 3,02%.

График 19. Процент слов, не несущих смысловой нагрузки, в речи мужчин.

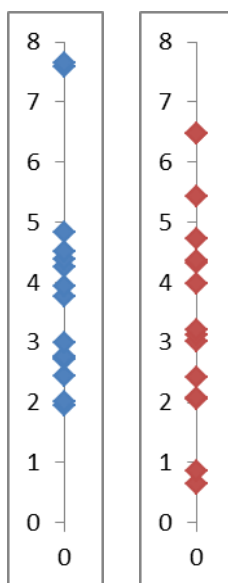
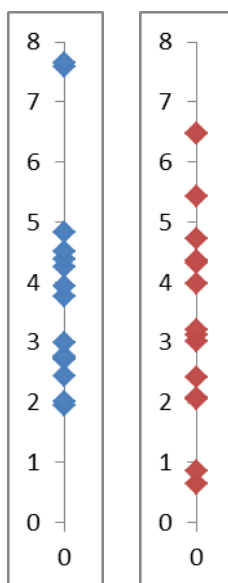


График 20. Процент слов, не несущих смысловой нагрузки, в речи женщин.



Таким образом, основываясь на анализе выбранного нами языкового материала, можно заключить, что женщины в целом употребляют меньше слов, не несущих смысловой нагрузки, из чего можно сделать вывод о том, что женщины не многословнее мужчин, то есть стереотип немногословности мужчин не находит реального подтверждения в речи гостей передач, выбранных нами для анализа.

3.2.1.8 Стереотипы речи мужчин: выводы

Анализ текстов 15 передач телеканала РБК-ТВ показал, что в реальной речи мужчин и женщин в рамках интеллектуального телевизионного общения бóльшая часть стереотипов мужского речевого поведения не реализуется. Только 3 характеристики из 7 – **уверенность, логичность и склонность к использованию большого количества терминов** – действительно присущи мужчинам более чем женщинам. Среди оставшихся 4 характеристик 3 присущи скорее женщинам, а именно **склонность спорить, открытое выражение несогласия с собеседником и немногословность**, и одна из них, **предметность**, не является характерной ни для представителей мужского, ни для представительниц женского пола.

Таким образом, можно прийти к выводу о том, что в рамках интеллектуального телевизионного общения, а именно передач аналитического ток-шоу, стереотипы мужского речевого поведения, выявленные нами в предыдущей части работы, не находят полного отражения в речи мужчин.

3.2.2 Реализация выявленных женских речевых гендерных стереотипов

3.2.2.1 Эмоциональность

Под эмоциональностью обычно понимают насыщенность речи эмоциями, а также выражение чувств¹⁵. В случае с анализом передач, мы в основном опирались на лексический аспект (использование слов «к счастью», «к сожалению», и т.д.), а также на выделение единиц интонацией (например, использование слова «очень» и выделение его интонацией, выражений типа «*в сотни тысяч раз больше*» с выделением его интонацией и громкостью), кроме того внимание обращалось и на синтаксический аспект (например, инверсия «*а долг ещё низкий хорош*»). Приведём несколько

¹⁵Словарь русского языка: «**ЭМОЦИОНАЛЬНЫЙ**: насыщенный эмоциями, выражающий их» [Словарь русского языка 1989].

примеров использования эмоционально окрашенной лексики, встретившихся нам в текстах передач:

- «Это те, кто принимает риски, это люди с **очень высокой** энергетикой, потому что банки работают с **очень высоким** финансовым рычагом» (Яков Миркин, «Банкиры: между жадностью и страхом»)
- «У нас, **к сожалению**, в отличие от других стран, **крайне** неэффективный межбанковский рынок» (Александр Хандруев, «Банки: игра на грани фола»)
- «Это **огромный** груз для страхового рынка» (Павел Самиев, «Тенденции рынка страхования»)
- «Площадок надо строить в **сотни тысяч раз** больше» (Дмитрий Потапенко, «Продуктовый ритейл»)
- «Это вопрос **очень далеко** выходящий за проблемы Дальнего Востока» (Ольга Кузнецова, «Стратегия для Дальнего Востока»)
- «**К сожалению**, организации это не смогли выдержать ... таких кризисных явлений» (Любовь Ельцова, «Тенденции рынка страхования»)
- «Вот это **очень сложно** посчитать» (Наталья Кудрявцева, «Бизнес-климат в регионах»)
- «В этом году **очень хороший** сезон был» (Марина Алексенко, «Минеральные удобрения: цены растут»)

Во всех 15 передачах нам встретилось 310 случаев выражения эмоций, 190 из которых были порождены мужчинами, и 120 – женщинам. При этом число слов, выражающих эмоциональность у мужчин, составило от 0 до 4,19% с средним показателем 1,89%, а у женщин – от 0,33% до 3,48%, и 1,32% в среднем.

Если представить результаты на шкале графика (см. графики 21 и 22) будет наглядно видно, что основная часть процентов находится в диапазоне от 0,43% до 3,01% у мужчин и от 0,33% до 1,87% у женщин. При этом средний процент эмоционально окрашенных слов для мужской речи составляет 1,7%, а для женщин – 1%.

График 21. Процент слов, выражающих эмоциональность, в речи мужчин.

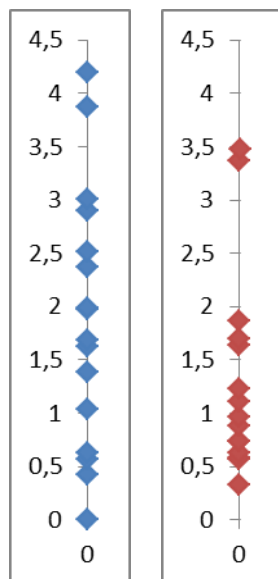
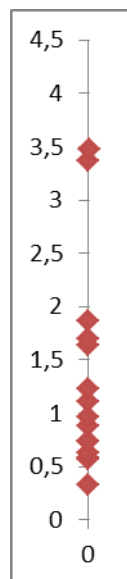


График 22. Процент слов, выражающих эмоциональность, в речи женщин.



Из вышесказанного можно сделать вывод, что в рамках интеллектуального телевизионного дискурса мужчины говорят не менее эмоционально, чем женщины, что ставит под сомнение реализацию стереотипа эмоциональности женского речевого поведения.

3.2.2.2 Многословность

Как мы уже упоминали в анализе стереотипов мужской речи, многословность является антонимом немногословности. И под многословностью мы понимаем использование большого количества слов и отсутствие краткости и чёткости сообщения. Многословие подразумевает использование языковых единиц, не несущих смысловой нагрузки, а именно междометий (таких как «ну», «вот», и др.), а также точный повтор слов и фраз. Как мы уже упоминали в анализе немногословности, мужчины несколько чаще употребляют слова, не несущие смысловой нагрузки, чем женщины, так процент «лишних слов» у мужчин составил от 1,94% до 7,65%, а у женщин – от 0,65% до 6,48%. При этом средний показатель у мужчин равен 3,83%, а у женщин – 3,54%. Если учитывать только основные результаты, то есть не брать показатели, которые сильно отличаются от основной группы результатов, средний процент для мужчин равен 3,29%, а у

женщин – 3,02% (см. подробнее анализ немногословности у мужчин – стр. 139).

Это позволяет нам сделать вывод о том, что в рамках аналитического ток-шоу женщины являются не многословнее мужчин, что ставит под сомнение реализацию стереотипа многословности женщин в интеллектуальном телевизионном общении.

3.2.2.3 Болтливость

Болтливым человеком обычно называют того, кто любит много говорить¹⁶. В отличие от многословности, болтливость не связана с отсутствием краткости и чёткости, а имеет отношение к количеству сказанных слов и времени говорения. При выявлении соответствия этой характеристики реальности, мы считали количество сказанных слов, а также количество времени, которое говорили как мужчины, так и женщины. В 10 передачах из 15 проанализированных мужчины говорят больше времени, чем женщины, и в 11 они произносят больше слов, чем женщины. При этом минимальное время, занимаемое в эфире мужчинами (не считая третьего гостя, Константина Калачёва, в передаче «Политсезон: от оттепели к похолоданию?», который был дополнительным гостем передачи) равняется 3 минутам 57 секундам (237 с.), а максимальное – 9 минутам 48 секундам (588 с.). Женщины в эфире говорили от 4 минут 14 секунд (254 с.) до 11 минут 55 секунд (715 с.). Среднее время, которое мужчины говорят в эфире¹⁷, составляет 7 минут 9 секунд (429 с.), а среднее время женщин – 6 минут 45 секунд (405 с.).

¹⁶Словарь русского языка: «БОЛТЛИВЫЙ: любящий много говорить» [Словарь русского языка 1989].

¹⁷ В данном случае мы считали время, которое занимали в эфире, 15 мужчин, не считая дополнительного гостя программы «Политсезон: от оттепели к похолоданию?» Константина Калачёва.

Если нанести время, в течение которого каждый говорит, на шкалу, то мы увидим, что у мужчин все показатели довольно плотно сконцентрированы, тогда как у женщин 2 результата существенно отличаются от всех остальных: 10 минут 42 секунды (642 с.) и 11 минут 55 секунд (715 с.). Таким образом, если считать среднее время по всем показателям, кроме этих двух, то женщины в среднем говорят 6 минут 5 секунд (365 с.), тогда как цифра для мужчин составляет 7 минут 9 секунд (429 с.), что дольше более чем на минуту.

График 23. Время, занимаемое речью мужчин в эфире, в секундах.

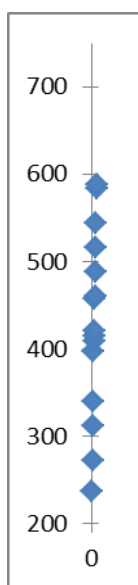
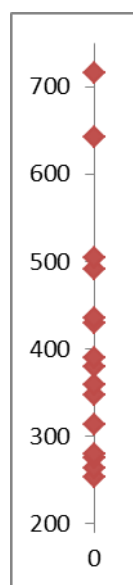


График 24. Время, занимаемое речью женщин в эфире, в секундах.



Что касается количества сказанных слов¹⁸, мужчины говорили от 518 до 1560 слов за передачу, при среднем количестве слов в 1041, тогда как женщины использовали от 677 до 1780 слов в ток-шоу, однако, несмотря на то, что указанное минимальное и максимальное количество используемых слов у женщин больше, среднее количество употребляемых слов ниже, чем у мужчин и равняется 1014 словам.

Если нанести результаты на шкалу, то можно увидеть, что основная часть результатов у мужчин (12 из 16) приходится на диапазон от 875 до 1396 слов, тогда как у женщин промежуток основной части результатов (13 из 15)

¹⁸ В данном случае мы брали словарные слова.

составляет от 677 до 1251 слова. При этом среднее количество использованных мужчинами слов равно 1157 слов, тогда как женщины в среднем за передачу говорили 915 слов, что на 242 словарных слова меньше, чем количество слов, сказанных мужчинами.

График 25. Количество слов, употребляемых мужчинами за передачу.

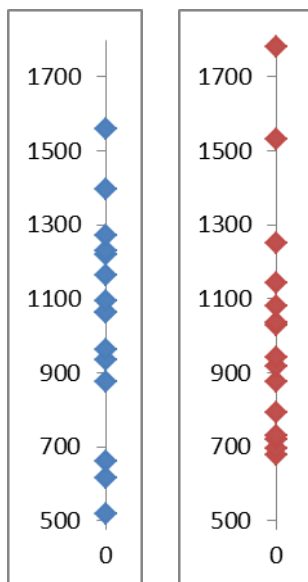
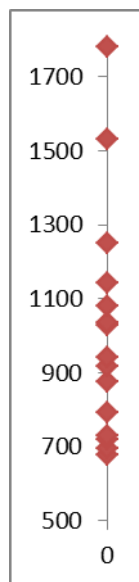


График 26. Количество слов, употребляемых женщинами за передачу.



Таким образом, следуя результатам анализа выбранных нами передач, можно сделать вывод о том, что в рамках интеллектуального телевизионного общения, мужчины в целом говорят больше времени в каждой передаче и произносят больше слов. Из этого можно заключить, что реализация стереотипа болтливости женщин в рамках аналитического ток-шоу не подтверждается проанализированными текстами.

3.2.2.4 Образность

Обычно под образностью понимают яркость и живость речи, а также использование образов для сравнения, скрытого или очевидного¹⁹. Поэтому для выявления этой характеристики мы искали в текстах образные сравнения, как прямые, например, такие как «*наша финансовая система, к сожалению, как хвост за собакой*», так и скрытые, например, «*социальный и*

¹⁹Словарь русского языка: «**ОБРАЗНЫЙ**: изобразительный, яркий, живой» [Словарь русского языка 1989].

политический ландшафт» или «я разделил бы здесь котлеты и мухи». Приведём ещё несколько примеров употребления образных сравнений гостями передач:

- «Просто этот **проект сошьёт страну**» (Иван Стариков, «Стратегия для Дальнего Востока»)
- «Потому что она очень инновационная, и всегда **регулятор будет, как охотник**, да, **бежать, пытаться уследить, догнать эту лису**» (Яков Миркин, «Банкиры: между жадностью и страхом»)
- «Пока мы видим, что в Москве **закручивание гаек** усилило намерение оппозиционеров протестовать» (Михаил Дмитриев, «Политсезон: от оттепели к похолоданию?»)
- «Там есть ряд, я точно не помню, 4 или 5 крупных гипермаркетов, которые, собственно, являлись, то, что называется, так сказать, **бриллиантами в короне**» (Георгий Паратая, «Продуктовый ритейл: тенденции рынка»)
- «У нас всегда был конфликт поколений, и между **молодой**, скажем, **порослью** и между старшими товарищами, то есть мы видим всё несколько иначе и **мы** сегодня **приходим новой волной**» (Алёна Аршинова, «Политсезон: от оттепели к похолоданию?»)
- «Потому что в самом начале 90-х годов у всех была **аллергия на слово планирование**» (Ольга Кузнецова, «Стратегия для Дальнего Востока»)
- «Это связано, видимо, и с экономикой..., и, видимо, с **аппетитом к рискам**, которые есть у банков» (Наталья Колобова, «Банки: игра на грани фола»)
- «Это плохие регуляции и разрешение, так сказать, **сквозь пальцы смотрит регулятор** на то, что у банков очень слабые техпорядки и инструкция...» (Елена Котова, «Банкиры: между жадностью и страхом»)

Всего нами было найдено 76 примеров сравнений, 51 из которых был приведен мужчинами, и 25 – женщинами. Стоит заметить, что женщины в 5 передачах не употребили ни одного примера образности, как и мужчины в 2 передачах. В тех передачах, где встретились случаи примеров образности у мужчин, один случай приходится на диапазон от 69 до 1560 слов, со средним количеством в 572 слова. В передачах, где женщины использовали образность, один случай образности приходится на количество слов от 118 до 916, и в среднем на 575 слов. То есть средняя величина у женщин и у мужчин

примерно равны. Кроме того женщин, ни разу не приведших какого-то образного сравнения, больше, чем мужчин.

Также мы проанализировали тексты передач на использование атрибутивных синтагм²⁰, которые свидетельствуют об образности речи. Мы сфокусировали наше внимание на атрибутивных синтагмах, таких как «*доброе мнение*», «*высокая концентрация*», «*крупнейшие банки*», «*жесткая конкуренция*», и не учитывали атрибутивные синтагмы, которые являются, например, терминологическими, такие как «*квадратный метр*», «*банковский сектор*», «*государственная структура*». Приведём несколько примеров использования атрибутивных синтагм мужчинами и женщинами:

- «В начале 21 века перед Россией, как перед государством и цивилизацией, стоит несколько **острых вызовов**» (Иван Стариков, «Стратегия для Дальнего Востока»)
- «Единая Россия столкнулась с **тяжёлой проблемой**» (Михаил Дмитриев, «Политсезон: от оттепели к похолоданию?»)
- «Риск нарваться на **недобросовестного заёмщика** выше» (Александр Хандруев, «Банки: игра на грани фола»)
- «Сырьевой сектор всё уже, как бы расписан на десятилетие при **заоблачных ценах** на нефть» (Алексей Ведев, «Бюджетный тупик»)
- «... и к 20-му году мы, может быть, будем похожи на такой **концентрированный, насыщенный западный рынок**» (Наталья Колупаева, «Продуктовый ритейл»)
- «Так есть **прекрасные** промышленные **предприятия**, химические, машиностроительные, ... именно они являются **основными налогоплательщиками** региона» (Наталья Кудрявцева, «Бизнес-климат в регионах»)
- «Я думаю, действительно для **крупных современных холдингов потери** в рентабельности всё-таки будут, но они будут не столько **катастрофическими** для бизнеса, какими они могут быть для **мелких**

²⁰ В работе «Вопросы изучения медиатекстов» Т.Г. Добросклонская пишет, что атрибутивные синтагмы более свойственны текстам, которые имеют развлекательную направленность и в большой степени используют функцию воздействия, тогда как в информационных текстах преобладают глагольные словосочетания [Добросклонская, 2010: 52-53].

производителей, у которых старые мощности, старые фермы...» (Татьяна Бобровская, «Продуктовый ритейл: тенденции рынка»)

- «Поэтому у нас масса примеров, особенно страдают те, кто работал на **тяжёлых, вредных работах**» (Оксана Дмитриева, «Какими будут пенсии?»)

Всего нам встретилось 927 случаев употреблений атрибутивных синтагм, 504 из которых были сказаны мужчинами, и 423 – женщинами. В речи мужчин атрибутивные синтаксические конструкции составляют от 1,58% до 10,79% от общего количества слов при среднем проценте в 6,59%, тогда как для женщин эта цифра составляет от 1,75% до 9,75% со средним показателем 5,23%.

Если нанести результаты на шкалу графика, то будет наглядно видно, что основная часть результатов у мужчин лежит в пределах от 3,77% до 9,14%, и в таком случае средним показателем является 6,64%. У женщин большая часть результатов лежит в пределах от 4,03% до 7,23% со средним показателем 5,74%.

График 27. Количество атрибутивных синтагм, употребляемых мужчинами.

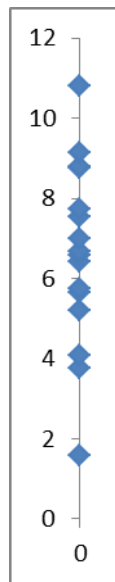
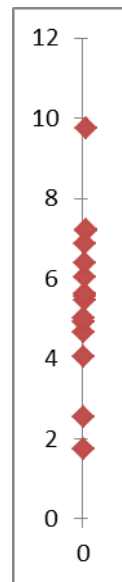


График 28. Количество атрибутивных синтагм, употребляемых женщинами.



Из вышеизложенного можно заключить, что стереотип образности речи женщин не реализуется в рассматриваемом нами типе коммуникации, так как мужчины используют больше образных сравнений, а также больше атрибутивных синтагм.

3.2.2.5 Умение слушать

Под умением слушать мы понимаем способность выслушать собеседника, не перебивая его, и адекватно отреагировать на его слова, например, дать удовлетворительный ответ на поставленный вопрос. Чтобы понять, насколько женщины умеют слушать, мы считали случаи, когда гости перебивали ведущего и друг друга, продолжали говорить (иногда с повышением громкости голоса), если кто-то другой вступал в разговор, а также когда не отвечали на поставленные вопросы, вынуждая ведущего повторять вопрос, акцентируя внимание гостя на том, что он или она не ответили на вопрос.

Всего нам встретилось 95 случаев, когда гости передач перебивали ведущего или друг друга, то есть начинали говорить до того как другой участник беседы заканчивал свою речь. Из них 60 раз мужчины перебивали собеседников, и 35 раз – женщины.

Также было много случаев, когда гости передач настойчиво продолжали говорить после того, как в разговор вступал кто-то ещё, в основном ведущий. Таких случаев нам встретилось 116, из которых в 62 случаях продолжали говорить мужчины, и в 54 – женщины.

Нам встретилось также 10 случаев, когда гости не отвечали на поставленный вопрос, то есть не понимали суть заданного вопроса, и ведущему приходилось задавать вопрос повторно, иногда даже акцентируя внимание гостя на этом. В 3 случаях ведущему приходилось повторять свой вопрос для представителя мужского пола, гостя передачи «Стратегия для Дальнего Востока», в 7 остальных случаях не отвечали на поставленный вопрос женщины: 3 раза ведущему приходилось повторно задавать вопросы госте передачи «Политсезон: от оттепели к похолоданию?», два раза участнице ток-шоу «Продуктовый ритейл», и по одному разу гостям программ «Жилая недвижимость: динамика роста» и «Тенденции рынка страхования».

Анализ текстов передач не позволят сделать вывод о том, что женщины умеют слушать лучше, чем мужчины, так как несмотря на то, что женщины реже перебивают собеседников, они довольно часто продолжают говорить после того, как в разговор вступает кто-либо ещё, а также не всегда внимательно слушают вопросы и отвечают на них. Таким образом, стереотип того, что женщины умеют слушать не подтвердился текстами выбранных нами передач.

3.2.2.6 Высокая скорость речи

Для того чтобы определить скорость речи мужчин и женщин, мы считали, сколько слов они в среднем произносят в минуту (количество слов, произнесённых тем или иным гостем/той или иной гостьей за передачу, делили на количество секунд, которые гость/гостья говорили во время эфира, и потом умножали на 60, чтобы получить скорость в минутах).

Скорость речи мужчин оказалась в пределах от 126 до 168 слов в минуту при средней скорости 145 слов в минуту. Скорость речи у женщин колеблется от 120 до 167 слов в минуту, однако средняя скорость у женщин немного выше, чем у мужчин, – 149 слов в минуту.

Если нанести результаты на шкалу графика, будет видно, что основная часть показателей скорости речи мужчин (15 из 16) лежит в пределах от 126 до 159 слов при средней скорости речи 143 слова в минуту. У женщин же основная часть показателей (12 из 15) находится в диапазоне от 140 до 167 слов в минуту при средней скорости речи 155 слов в минуту.

График 29. Скорость речи мужчин (слов в минуту).

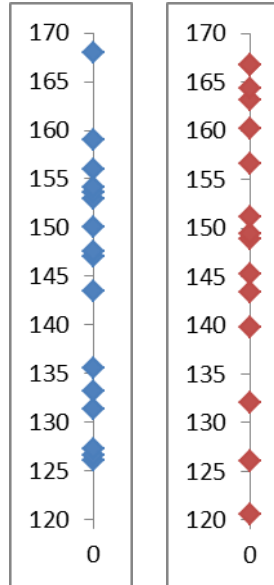
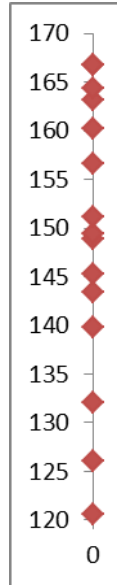


График 30. Скорость речи женщин (слов в минуту).



Мы также посчитали количество условных звуков²¹, произносимых мужчинами и женщинами в минуту. Оказалось, что мужчины произносят от 695 до 949 условных звуков в минуту, при средней скорости 833 условных звука в минуту, а женщины говорят со скоростью от 703 до 956 условных звуков в минуту при средней скорости 842 условных звука в минуту.

Если нанести результаты на шкалу графика, будет наглядно видно, что у мужчин 5 результатов из 16 несколько отличаются от основной группы результатов, которые принадлежат промежутку от 740 до 869 условных звуков в минуту. Таким образом, средняя скорость речи у основной группы мужчин – 810 условных звуков в минуту. У женщин основную группу выделить сложно: большая часть результатов лежит в промежутке от 730 до 850 условных звуков в минуту, однако в таком случае не учитываются 5 результатов (что является третьей частью от всех результатов), которые довольно компактно расположились в промежутке от 918 до 956 условных

²¹ В рамках данной работы мы принимаем допущение, согласно которому отношение числа букв к числу произносимых звуков в речи участников ток-шоу (вне зависимости от их половой принадлежности) совпадает с достаточной точностью, поэтому в ходе исследования мы производили подсчёт букв. Таким образом, для упрощения подсчётов мы вводим понятие «условный звук», соответствующий одной букве скрипта.

звуков в минуту. Таким образом, средняя скорость речи женщин из расчёта всех результатов составляет 842 условных звука в минуту.

График 31. Скорость речи мужчин (условные звуки в минуту).

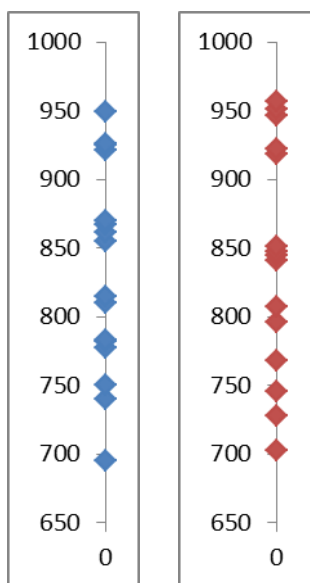
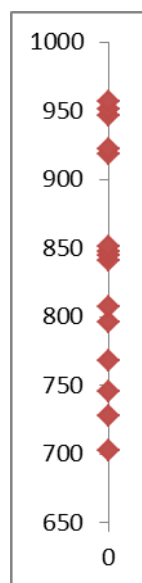


График 32. Скорость речи женщин (условные звуки в минуту).



Из всего вышесказанного можно сделать вывод о том, что в проанализированном нами материале, женщины действительно говорят быстрее мужчин, как по количеству произнесённых слов, так и по количеству условных звуков. Таким образом, проанализированный материал позволяет говорить о том, что стереотип высокой скорости речи женщин действительно реализуется в интеллектуальном телевизионном общении.

3.2.2.7 Склонность приводить примеры в подтверждение своей точки зрения

Под примерами мы понимали информацию, которая призвана дать пояснение или доказать свою точку зрения²², как введённую с помощью слова «например», так и без него:

- **«Сейчас объясню:** потому что **по маршруту Восточная Азия-Европа в прошлом году проследовало 35 миллионов контейнеров. Из них 50 тысяч, 50 тысяч из 35 миллионов по Транссибу»** (Иван Стариков, «Стратегия для Дальнего Востока»)

²²Словарь русского языка: «ПРИМЕР: случай, который может быть приведён в пояснение, в доказательство чего-либо» [Словарь русского языка 1989].

- «Есть манипулирование, которое всем известно, приветствуется и разрешено. Ну, *например*, когда *центральный банк делает валютную интервенцию*, чем он занимается?» (Яков Миркин, «Банкиры: между жадностью и страхом»)
- «...*посмотрите, что происходит* за последние десять лет. *Когда начинался проект региональных самолетов Sukhoi Superjet и Антонов-148, это было начало двухтысячного года, две тысячи первый год, в мире было всего два игрока на рынке региональных перевозок...*» (Александр Рубцов, «Авиарынок будет расти и укрупняться»)
- «...Один, который получил льготное аккредитование, об этом инструменте несколько слов чуть-чуть позже я скажу более подробно, *например, предприятие, работающее в сфере переработки отходов*» (Константин Андрусик, «Бизнес-климат в регионах»)
- «Нужно искать более маржинальные продукты... *например, предлагать корпоративному клиенту факторинг, лизинг...*» (Наталья Колобова, «Банки: игра на грани фола»)
- «*Когда он получает выплату вне зависимости от того, случилось что-то с его компанией или нет, например, там по ОСАГО, к примеру, и обращается в РРС и получает эту выплату, он удовлетворён*» (Любовь Ельцова, «Тенденции рынка страхования»)
- «*Если у нас будет падение, например, вот этого сборочного производства*, то это скажется на, соответственно, доходах населения, на внутреннем спросе, и так далее» (Елена Лебединская, «Бюджетный тупик»)
- «*Здесь идёт речь о недвижимости как бизнес-класса, о нашем комплексе Триколор в районе Проспекта Мира, так и о наших комплексах в премиум сегменте, Цветной Бульвар, Легенда Цветного, и Город Столиц*» (Валентина Становова, «Жилая недвижимость: динамика роста»)

Всего нам встретилось 43 случая приведения примеров, 26 из которых были приведены мужчинами, и 17 – женщинами. При этом 6 из 16 мужчин (37,5%) и 7 из 15 женщин (46,7%) ни разу не привели примеры в подтверждение своей точки зрения в ходе передачи. Что касается остальных участников передач, мужчины приводили 1 пример на количество слов от 177 до 1271, со средним показателем 1 пример на 623 слов. Женщины приводили один пример на количество слов от 153 до 1250, при среднем показателе 1 пример на 740 слов.

Если нанести данные на график, то видно, что значительная часть результатов у мужчин (7 человек из 10) принадлежит диапазону от 177 до 615 слов на один пример/факт. В этом случае усреднённым результатом оказывается 1 пример на 400 слов в речи мужчин. У женщин довольно большая группа (6 человек из 8) приходится на диапазон от 719 до 1250 слов на один пример/факт. Средним показателем для этих результатов является 1 пример на 922 слова.

График 33. Количество слов, приходящихся на один пример в речи мужчин.

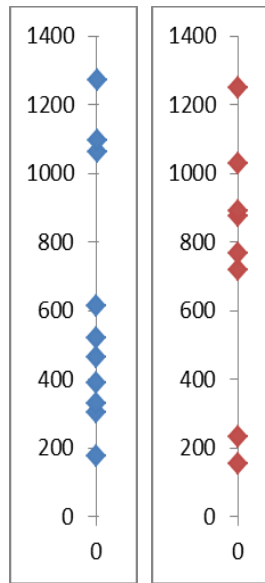
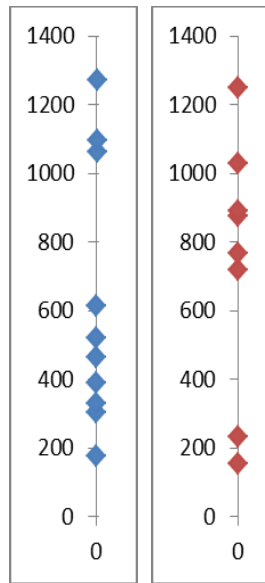


График 34. Количество слов, приходящихся на один пример в речи женщин.



Основываясь на вышеизложенном, можно сказать, что мужчины более склонны приводить примеры в подтверждение своей точки зрения, чем женщины. Среди мужчин было больше тех, кто приводил примеры в подтверждение своей точки зрения (62,5%), чем среди женщин (53,3%), кроме того среди приводивших примеры участников общения, женщины делали это реже, чем мужчины. Таким образом, можно прийти к выводу о том, что в рамках интеллектуального телевизионного дискурса женщины не склонны часто приводить примеры в подтверждение своей точки зрения.

3.2.2.8 Стереотипы речи женщин: выводы

Основываясь на вышеизложенном, мы пришли к выводу, что стереотипы женской речи не находят подтверждения в выбранном нами материале. Всего один стереотип из 7, выявленных нами в первой части

настоящей главы, действительно подтверждается текстами интеллектуального телевизионного дискурса. Как показал анализ передач, женщины действительно говорят быстрее мужчин, то есть подтверждается только стереотип **высокой скорости** речи женщин.

Что касается остальных 6 стереотипов, два качества женской речи (**эмоциональность** и **умение слушать**) не являются характерными ни для женщин, ни мужчин. Ещё 4 стереотипа (**многословность, болтливость, образность** речи и **склонность приводить примеры в подтверждение своей точки зрения**) более присущи мужской речи, чем женской.

Анализ текстов 15 передач телеканала РБК-ТВ показал, что бóльшая часть стереотипов женского речевого поведения не реализуется в реальной речи женщин в рамках интеллектуального телевизионного общения.

3.3 Выводы

Как показал анализ текстов 15 передач ток-шоу «Диалог» и «В фокусе» телеканала РБК, в целом речевые гендерные стереотипы не реализуются в речи гостей передач в рамках российского интеллектуального телевизионного дискурса. Из 7 выявленных в предыдущей главе стереотипов мужского речевого поведения только 3 действительно присущи речи мужчин (**уверенность, логичность** и **склонность к использованию большого количества терминов**). Что касается стереотипов женской речи, из 7 выявленных нами по результатам анкетирования, только один реализуется в речи женщин – **высокая скорость речи**. Остальные выявленные речевые гендерные стереотипы не находят отражения в рамках выбранного нами материала.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Настоящая диссертация содержит основные результаты проведённого нами исследования речевых гендерных стереотипов, существующих в сознании получивших высшее образование носителей русского языка и культуры, и реализации этих стереотипов в речи мужчин и женщин в рамках интеллектуального телевизионного дискурса. В ходе исследования мы предприняли попытку выявить качества, являющиеся, по мнению носителей русской культуры, характерными для женской и мужской речи, и проанализировать, в какой степени они на самом деле представлены в речи мужчин и женщин в аналитических телепередачах.

Проведённое нами исследование показало, что бóльшая часть речевых гендерных стереотипов не реализуется в рамках телевизионного интеллектуального дискурса. При этом в сознании представителей группы людей, получивших высшее образование, существуют речевые гендерные стереотипы, которые формируются в их сознании в том числе и под влиянием возраста и типа полученного образования.

В соответствии с поставленными целью и задачами, исследование проводилось в три этапа, каждому из которых посвящена соответствующая глава диссертации.

В рамках первого этапа исследования на основе анализа существующей научной литературы мы сформировали наш понятийно-терминологический аппарат и уточнили базовые для нашего исследования понятия, а также проследили историю возникновения и становления гендерных исследований за рубежом и в отечественном языкознании. Основными терминами настоящей работы стали гендер, речевой гендерный стереотип как частное проявление более универсального термина стереотип, а также дискурс в целом и российский телевизионный дискурс в частности.

Гендер мы определили как совокупность социально-обусловленных и социально-значимых аспектов поведения мужчин и женщин, в том числе и языкового, которые конструируются и выражаются в рамках культуры данного общества. Не будучи собственно лингвистической категорией, гендер, равно как и гендерные отношения, фиксируется в языке и культуре, в том числе и посредством гендерных стереотипов, существующих в сознании носителей языка и культуры и оказывающих влияние на собственно поведение людей, а также восприятие ими собеседников.

Под **речевыми гендерными стереотипами** мы понимаем культурно и социально обусловленные представления о качествах и нормах речевого поведения представителей обоих полов и отражение этих представлений в языке. При этом гендерные речевые стереотипы могут быть как стереотипами-представлениями, то есть являться клише сознания, минимизированными представлениями носителей языка и культуры о речевом поведении мужчин и женщин, так и стереотипами поведения, выполняющими прескриптивную функцию, так как гендерные речевые стереотипы могут предписывать определённое поведение мужчинам и женщинам, являясь важной частью построения коммуникации и её успешности.

В данном исследовании нас интересовали как стереотипы-представления, так и стереотипы поведения. В рамках проведения анкетирования мы выявляли стереотипы-представления, то есть мнение носителей языка и культуры о качествах, присущих речи мужчин и женщин, тогда как в рамках анализа языкового материала нас интересовали стереотипы поведения, то есть то, насколько гендерные речевые стереотипы поведения оказывают влияние на речь гостей телепередач в реальной ситуации общения.

Российский телевизионный дискурс мы определяем как совокупность телевизионных текстов, порождённых представителями

русского национально-лингво-культурного сообщества и адресованных другим представителям данного сообщества.

На втором этапе настоящего исследования мы решали задачу выявления гендерных речевых стереотипов в сознании носителей русского языка и культуры, получивших высшее образование, через проведение анкетирования. Информантами были выбраны люди в возрасте от 25 до 60 лет, получившие высшее образование. В ходе основного анкетирования, целью которого было выявить речевые гендерные стереотипы, было опрошено 200 человек, среди которых были мужчины и женщины. В дополнительном анкетировании приняло участие 25 мужчин и 25 женщин, которые оценивали выявленные в первом анкетировании стереотипы по шкале «положительно – нейтрально – отрицательно».

Анализ результатов анкетирования позволяет нам сделать вывод о том, что речевые гендерные стереотипы, отражающие видение коммуникативного поведения мужчин и женщин носителями языка и культуры, состоят из ядра стереотипа, то есть качеств, присущих речи по мнению всех носителей культуры, а также периферийной части – качеств, присущих речи по мнению отдельных групп людей, выделенных на основе социальных факторов.

Ядро стереотипа мужской речи включает в себя только одно качество – *уверенность*. В периферийную часть входят следующие 6 качеств: *предметность, логичность, склонность спорить, использование большого количества терминов, склонность открыто выразить своё несогласие с собеседником и немногословность*. В ядро стереотипа женской речи входят три характеристики: *эмоциональность, многословность и болтливость*. К периферийной части женского речевого гендерного стереотипа относятся *образность, умение слушать, высокая скорость речи и склонность приводить примеры в подтверждение своей точки зрения*.

Таким образом, наше исследование наглядно подтверждает тот факт, что формирование речевых гендерных стереотипов как частного проявления

стереотипов вообще зависит от социальных факторов пола, возраста и типа образования. Представители групп информантов, выделенных по разным социальным признакам имеют неидентичные представления о речевом поведении мужчин и женщин в процессе коммуникации.

Кроме того, анкетирование показало, что восприятие стереотипов речи мужчин и женщин по шкале «положительно – нейтрально – отрицательно» также зависит от социальных факторов пола, возраста и образования. Наиболее положительно к выявленным характеристикам мужской и женской речи относятся мужчины старше 41 года с естественно-научным или техническим образованием. Наиболее критично к выявленным качествам мужской речи относятся женщины в возрасте от 36 до 40 лет, получившие гуманитарное образование, а к выявленным характеристикам женской речи – также женщины, получившие гуманитарное образование, однако младше 30 лет.

Третий этап исследования включал в себя анализ языкового материала, а именно 314 минут живой спонтанной речи на заданную тему – 15 передач телеканала РБК, гостями которой были представители обоих полов. Тексты были подвергнуты текстологическому, дискурсивному, структурному, синтагматическому и семантическому анализам.

Анализ языкового материала показал, что в реальной современной речи в рамках интеллектуального телевизионного дискурса реализуется только часть речевых гендерных стереотипов, существующих в сознании носителей русского языка и культуры. В ходе анализа было установлено, что только 3 характеристики из 7 выявленных ранее присутствуют в реальной речи мужчин: *уверенность*, *логичность* и *использование большого количества терминов*. Ещё одно качество, *предметность*, не характерно ни для речи мужчин, ни для речи женщин. Остальные 3 качества, *склонность спорить*, *открыто выражать своё несогласие с собеседником* и *немногословность*

в рамках телевизионного интеллектуального общения более присущи речи женщин, нежели речи мужчин.

Из стереотипов речи женщин нами была подтверждена всего одна характеристика из 7 ранее выявленных – *высокая скорость речи*, то есть женщины действительно говорят быстрее мужчин. Ещё два качества, *эмоциональность* и *умение слушать*, не являются характерными для речи представителей какого-либо из полов. Остальные 4 стереотипа (*многословность, болтливость, образность речи* и *склонность приводить примеры в подтверждение своей точки зрения*) являются более характерными для речи мужчин, чем для речи женщин.

Таким образом, в интеллектуальном телевизионном дискурсе гендерные различия речи мужчин и женщин практически отсутствуют, так как большая часть стереотипов мужского и женского речевого поведения не реализуется в реальной речи. Образование и социальное положение мужчин и женщин, а также сама ситуация речевого общения, а именно рамки, заданные форматом аналитического ток-шоу, унифицируют стиль общения представителей обоих полов, навязывая как мужчинам, так и женщинам определённое речевое поведение, которому необходимо следовать.

Принимая во внимание то, что гендерные речевые стереотипы могут быть стереотипами-представлениями и стереотипами поведения, можно сделать вывод, что стереотипы-представления присутствуют в сознании носителей русского языка и культуры, получивших высшее образование, тогда как стереотипы поведения не реализуются. Анализ анкетирования показал, какие качества вбирают в себя стереотипы-представления о женской и мужской речи, однако стереотипы поведения не реализуются в реальном речевом спонтанном общении в рамках заданного типа дискурса. На основании вышесказанного можно высказать предположение о том, что в целом стереотипы-представления более устойчивы и глубинны, чем стереотипы поведения.

В данной работе нам удалось коснуться малой части огромного материала, который нуждается в исследовании. Реализация гендерных речевых стереотипов в разных типах дискурса представляется нам крайне важной для понимания функционирования и реализации стереотипов. При этом телевизионный дискурс несомненно оказывает влияние на сознание людей, в том числе и на формирование, а также изменение стереотипов.

Гендерные особенности текстов массово-информационного, или масс-медийного, дискурса на сегодняшний день недостаточно изучены. Чтобы сделать более общие выводы о проявлении речевых гендерных стереотипов в текстах СМИ, необходимо изучать разные типы текстов, что требует дальнейшего глубокого исследования. Мы считаем, что на основе данного исследования важно продолжить изучение реализации речевых гендерных стереотипов в разных типах как телевизионного, так и шире – массово-информационного, или масс-медийного дискурса. Нам представляются наиболее интересными следующие направления исследований:

- изучение реализации речевых гендерных стереотипов в развлекательных текстах массово-информационного дискурса, так как по содержанию и стилю коммуникации они наиболее далеки от материалов, проанализированных в рамках настоящей диссертации, и могут позволить сделать выводы относительно зависимости реализации речевых гендерных стереотипов от типов текстов масс-медийного дискурса;
- изучение реализации речевых гендерных стереотипов в устной речи, порождённой спонтанно в рамках интервьюирования на заданную тему мужчинами и женщинами, относящимися к различным возрастным и социальным группам;
- выявление гендерных стереотипов в сознании носителей русского языка и культуры, не получивших высшее образование,

так как стереотипы являются элементами «содержания» сознания, и их формирование зависит от социальных факторов;

- выявление гендерных стереотипов в сознании носителей иностранных языков и культур, так как стереотипы обусловлены национально-культурной спецификой, и, соответственно, речевые гендерные стереотипы, существующие в одной культуре могут и будут отличаться от речевых гендерных стереотипов других культур;
- анализ реализации речевых гендерных стереотипов, существующих в других культурах, в текстах разного типа дискурса на материале соответствующих языков.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Абраменкова 2000 – *Абраменкова В.В.* Социальная психология детства: развитие отношений ребенка в детской субкультуре. М.; Воронеж, 2000.
2. Арутюнова 1990 – *Арутюнова Н.Д.* Дискурс // Лингвистический энциклопедический словарь. М., 1990. С. 136–137.
3. Арутюнова 1992 – *Арутюнова Н.Д.* Жанры общения // Человеческий фактор в языке. Коммуникация, модальность, дейксис. М., 1992. С. 52–79.
4. Базылев 2000 – *Базылев В.Н.* Брачное объявление: опыт интроспективного анализа // Гендер как интрига познания. Сборник статей. М., 2000. С. 108–137.
5. Беляева 2002 – *Беляева А.Ю.* Особенности речевого поведения мужчин и женщин (на материале русской разговорной речи): Дисс. ... канд. филол. наук. Саратов, 2002.
6. Бакушева 1995 – *Бакушева Е.М.* Социолингвистический анализ речевого поведения мужчин и женщин (на материале французского языка). Дисс. ... канд. филол. наук. М., 1995.
7. Барон 2005 – *Барон Б.* Закрытое общество: Существуют ли гендерные различия в академической профессиональной коммуникации? // Гендер и язык. М., 2005. С. 511–538.
8. Бахтин 1979 – *Бахтин М.М.* Проблема речевых жанров // Эстетика словесного творчества. М., 1979. С. 237–279.
9. Берн 2001 – *Берн Ш.* Гендерная психология. СПб., М., 2001.
10. Блохина 2003 – *Блохина Н.А.* Понятие гендера: становление, основные концепции и представления // Общество и гендер. Материалы Летней школы в Рязани. Рязань, 2003.

11. Бовуар 1997 – *Бовуар С. де.* Второй пол: Пер. с фр. // Общ. ред. и вступ. ст. С.Г. Айвазовой. М., СПб., 1997. Т. 1, 2.
12. Брандес 1990 – *Брандес М.П.* Стилистика немецкого языка. М., 1990.
13. Бурдые 2002 – *Бурдые П.* О телевидении и журналистике. М., 2002.
14. Брызгунова, 1963 – *Брызгунова Е.А.* Практическая фонетика и интонация русского языка. Пособие для преподавателей, занимающихся со студентами. М., 1963.
15. Вакуров, Кохтев, Солгатник 1978 – *Вакуров В.Н., Кохтев Н.Н., Солганик Г.Я.* Стилистика газетных жанров. М., 1978.
16. Ван Дейк 1989 – *Ван Дейк Т.А.* Язык. Познание. Коммуникация. М., 1989.
17. Вейлерт 1976 – *Вейлерт А.А.* О зависимости количественных показателей языка от пола говорящего лица // Вопросы языкознания. М., 1976, № 4. С. 138–143.
18. Вежбицкая 1996 – *Вежбицкая А.* Язык. Культура. Познание. М., 1996.
19. Витлицкая 2005 – *Витлицкая Е.В.* Лингвистическая репрезентация гендерных стереотипов в рекламе: На материале англоязычных и русскоязычных текстов: Дисс. ... канд. филол. наук. Тамбов, 2005.
20. Володина 2000 – *Володина М.Н.* Когнитивно-информационная природа термина (на материале терминологии средств массовой информации). М., 2000.
21. Воронина 1997 – *Воронина О.А.* Введение в гендерные исследования (тезисное изложение лекции) // Материалы Первой Российской летней школы по женским и гендерным исследованиям "Валдай-96". М., 1997. С. 29–34.

22. Воронина 2000 – *Воронина О.А.* Социокультурные детерминанты развития гендерной теории в России и на Западе // *Общественные науки и современность*. М., 2000, № 4. С. 9–20.
23. Воронина 2002 – *Воронина О.А.* Гендер // *Словарь гендерных терминов*. Под ред. А.А. Денисовой. М., 2002. С. 6–9.
24. Вул 1988 – *Вул С.М.* Использование нецензурной лексики и половая принадлежность адресанта (по материалам исследования текстов анонимных писем) // *Тезисы IX всесоюзного симпозиума по психолингвистике и теории коммуникации «Языковое сознание»*. М., 1988. С. 34–36.
25. Вул, Горошко 1992 – *Вул С.М., Горошко Е.И.* Судебно-автороведческая классификационная диагностика: установление половой принадлежности автора документа // *Современные достижения науки и техники в борьбе с преступностью*. Минск, 1992. С. 139–141.
26. Вул, Мартынюк 1987 – *Вул С.М., Мартынюк А.П.* Теоретические предпосылки диагностирования половой принадлежности автора документа // *Современное состояние и перспективы развития традиционных видов криминалистической экспертизы*. М., 1987. С. 105–112.
27. Гаранович 2011 – *Гаранович М.В.* Вариативность гендерных стереотипов в зависимости от социальных параметров говорящих: Дисс. ... канд. филол. наук. Пермь, 2011.
28. Гвенцадзе 1986 – *Гвенцадзе М.А.* Коммуникативная лингвистика и типология текста. Тбилиси, 1986.
29. ГКИП 2000 – *Гендер как интрига познания*. Сборник статей, сост. Кирилина А.В. М., 2000.

30. Гольдберг, Коста 1995 – *Гольдберг Э., Коста Л.Д.* Нейроанатомическая асимметрия полушарий мозга и способы переработки информации // *Нейропсихология сегодня*. Под ред. Е.Д. Хомской. М., 1995. С. 8–14.
31. Гомон 1990 – *Гомон Т.В.* Исследование документов с деформированной внутренней структурой. Дисс. ... канд. юрид. наук. М., 1990.
32. Горелов 1980 – *Горелов И.Н.* Невербальные компоненты коммуникации. М., 1980.
33. Горошко 1996 – *Горошко Е.И.* Особенности мужского и женского речевого поведения (психолингвистический анализ). Дисс. ... канд. филол. наук. М., 1996.
34. Горошко 1997 – *Горошко Е.И.* Теоретическое состояние проблемы половой дихотомии в вербальном поведении // *Вербальные и невербальные дейксисты маскулинности и фемининности*. Кривой Рог, 1997. С. 24–100.
35. Горошко 2002 – *Горошко Е.И.* Гендерная проблематика в языкознании // *Открытая женская линия*. URL: <http://www.owl.ru/win/books/articles/goroshko.htm> (Дата обращения: 06.01.2014).
36. Горошко 2003 – *Горошко Е.И.* Судебно-автороведческая классификационная экспертиза // *Текстология.RU*. URL: <http://www.textology.ru/article.aspx?aId=98> (Дата обращения: 06.01.2014).
37. Горошко 2005 – *Горошко Е.И.* Функциональная асимметрия мозга, язык, пол: Аналитический обзор. М., 2005.
38. Горошко 2006 – *Горошко Е.И.* Интернет-коммуникации в гендерном измерении // *Вестник Пермского университета. Выпуск 3 «Язык – культура – цивилизация»*, Пермь, 2006. С. 219–229.

39. Гриценко 2005 – *Гриценко Е.С.* Язык как средство конструирования гендера: автореф. Дисс. ... канд. филол. наук. Тамбов, 2005.
40. ГЯКК 2003 – *Гендер. Язык. Культура. Коммуникация.* М., 2003.
41. Демичева 1996 – *Демичева В.В.* Наименования лиц женского пола в русском литературном языке 18-го века. Дисс. ... канд. филол. наук. Воронеж, 1996.
42. Деррида 1996 – *Деррида Ж.* Подпись – событие – контекст // *Дискурс.* 1996, № 1. С. 39-55.
43. Добровольский, Кирилина 2000 – *Добровольский Д.О., Кирилина А.В.* Феминистская идеология в гендерных исследованиях и критерии научности // *Гендер как интрига познания. Сборник статей.* М., 2000. С. 19-35
44. Добросклонская 2010 – *Добросклонская Т.Г.* Вопросы изучения медиатекстов: Опыт исследования современной английской медиаречи. М., 2010.
45. Ефремова 2006 – *Ефремова Т.Ф.* Современный толковый словарь русского языка. В 3 томах. М., 2006.
46. Ейгер, Юхт 1974 – *Ейгер Г.В., Юхт В.Л.* К построению типологии текстов // *Лингвистика текста. Мат-лы науч. конф.* М., 1974. Ч. I. С. 103-110.
47. Еременко 1998 – *Еременко О.И.* Наименования лиц женского пола в русском литературном языке 19-го века. Дисс. ... канд. филол. наук. Воронеж, 1998.
48. Есперсен 1958 – *Есперсен О.* Философия грамматики. М., 1958.
49. Залевская 1999 – *Залевская А.А.* Введение в психолингвистику. М., 1999.

50. Захаренко 1997 – *Захаренко И.В.* К вопросу о каноне и эталоне в сфере прецедентных феноменов // *Язык, сознание, коммуникация*. Вып. 1. М., 1997. С. 104-113.
51. Здравомыслова, Темкина 1998 – *Здравомыслова Е.А., Темкина А.А.* Социальное конструирование гендера // *Социологический журнал*. 1998. № 3-4. С. 171-182.
52. Здравомыслова, Темкина 2000 – *Здравомыслова Е.А., Темкина А.А.* Введение. Феминистский перевод: текст, автор, дискурс // *Хрестоматия феминистских текстов*. Переводы. СПб, 2000.
53. Землянова 1999 – *Землянова Л.М.* Зарубежная коммуникативистика в преддверии информационного общества. М., 1999.
54. Земская, Китайгородская, Розанова 1989 – *Земская Е.А., Китайгородская М.В., Розанова Н.Н.* О чем и как говорят женщины и мужчины // *Русская речь*. М., 1989. №1. С. 42-46.
55. Земская, Китайгородская, Розанова 1993 – *Земская Е.А., Китайгородская М.А., Розанова Н.Н.* Особенности мужской и женской речи // *Русский язык в его функционировании*. М., 1993. С. 90-136.
56. Камерон 2005 – *Камерон Д.* Теоретические дискуссии в феминистской лингвистике: вопросы пола и гендера // *Гендер и язык*. М., 2005. С. 359-562.
57. Карасик 2000 – *Карасик В.И.* О типах дискурса // *Языковая личность: институциональный и персональный дискурс*: Сб. науч. тр. Волгоград, 2000. С. 5-20.
58. Караулов 1988 – *Караулов Ю.Н.* Язык: система и функционирование. М., 1988.
59. Караулов 1996 – *Караулов Ю.Н.* Типы коммуникативного поведения носителя языка в ситуации лингвистического

- эксперимента // Этнокультурная специфика языкового сознания. Под ред. Н.В. Уфимцевой. М., 1996. С. 67-96.
60. Кибрик, Паршин 2001 – *Кибрик А.А., Паршин П.Б.* Дискурс // Электронная энциклопедия Кругосвет. URL: http://www.krugosvet.ru/enc/gumanitarnye_nauki/lingvistika/DISKURS.htm (Дата обращения: 13.04.2014).
61. Кирилина 1997 – *Кирилина А.В.* Категория «gender» в языкознании // Женщина в российском обществе. 1997. № 2. М., 1997. С. 51-58.
62. Кирилина 1999 – *Кирилина А.В.* Гендер: лингвистические аспекты. М., 1999.
63. Кирилина 2000а – *Кирилина А.В.* Гендерные аспекты языка и коммуникации, Дисс. докт. филол. наук, М., 2000.
64. Кирилина 2000б – *Кирилина А.В.* Гендерные аспекты массовой коммуникации // Гендер как интрига познания. Сборник статей. М., 2000. С. 47-80.
65. Кирилина 2000в – *Кирилина А.В.* О применении понятия гендер в русскоязычном лингвистическом описании // Филологические науки. 2000, №3. С. 19-27.
66. Кирилина 2003 – *Кирилина А.В.* Исследование гендера в лингвистических научных дисциплинах // Гендерное образование в системе высшей школы: состояние и перспективы. Материалы международной научно-практической конференции. Иваново, 24-25 июня 2003г. Иваново, 2003. С. 132 – 136.
67. Кирилина 2004 – *Кирилина А.В.* Гендерные исследования в лингвистике и теории коммуникации: уч. пособие. М., 2004.

68. Кирилина 2005 – *Кирилина А.В.* Гендерные исследования в лингвистических дисциплинах // Гендер и язык. М., 2005. С. 7-30.
69. Кирилина, Томская 2005 – *Кирилина А.В., Томская М.В.* Лингвистические гендерные исследования // Отечественные записки. 2005, № 2. URL: <http://www.strana-oz.ru/2005/2/lingvisticheskie-gendernye-issledovaniya> (Дата обращения: 13.04.2014).
70. Китайгородская 1976 – *Китайгородская М.В.* Вариативность в выражении роду существительных при обозначении женщин по профессии // Социально-лингвистические исследования. Под ред. Л.П. Крысина, Д.Н. Шмелева. М., 1976. С. 144-155.
71. Клобуков 1995 – *Клобуков Е.В.* Теоретические основы изучения морфологических категорий русского языка. (Морфологические категории в системе языка и в дискурсе). Дисс. ... докт. филол. наук. М., 1995.
72. Коатс 2005 – *Коатс Дж.* Женщины, мужчины и язык // Гендер и язык. М., 2005. С. 31-231.
73. Колесникова 2001 – *Колесникова М.С.* Гендерные асимметрии и стереотипы в лингвострановедческих словарях // Доклады Первой международной конференции «Гендер: язык, культура, коммуникация» Москва, МГЛУ, 25-26 ноября 1999. М., 2001 С. 212-221.
74. Колесникова 2002 – *Колесникова М.С.* Лексикографические аспекты современных гендерных исследований // Гендер как интрига познания: гендерные исследования в лингвистике, литературоведении и теории коммуникации: Альманах. Пилотный выпуск. М., 2002. С. 28-36.
75. Колосова 1996 – *Колосова О.Н.* Когнитивные основания языковых категорий. (На материале современного английского языка). Дисс. ... канд. филол. наук. М., 1996.

76. Коттхофф 2005 – *Коттхофф Х.* Гендерные исследования в прикладной лингвистике // *Гендер и язык.* М., 2005. С. 563-622.
77. Красных 1999 – *Красных В.В.* Структура коммуникации в свете лингво-когнитивного подхода (коммуникативный акт, дискурс, текст). Дисс. ... докт. филол. наук. М., 1999.
78. Красных 2001 – *Красных В.В.* Основы психолингвистики и теории коммуникации. Лекционный курс. М., 2001.
79. Красных 2002 – *Красных В.В.* Этнопсихолингвистика и лингвокультурология. Лекционный курс. М., 2002.
80. Красных 2004 – *Красных В.В.* Русское культурное пространство. Лингвокультурологический словарь. Выпуск 1. (В соавторстве с И.С. Брилевой, Д.Б. Гудковым, И.В. Захаренко). М., 2004.
81. Краткий словарь когнитивных терминов 1996 – *Краткий словарь когнитивных терминов.* Под общей редакцией Е.С. Кубряковой. М., 1996.
82. Кронгауз 1996 – *Кронгауз М.А.* Sexus, или Проблема пола в русском языке // *Русистика. Славистика. Индовропеистика.* М., 1996. С. 510-525.
83. Крючкова 1975 – *Крючкова Т.Б.* Некоторые экспериментальные исследования особенности использования русского языка мужчинами и женщинами // *Проблемы психолингвистики.* Под ред. Ю.А. Сорокина и А.М. Шахнарвича. М., 1975. С. 186-199.
84. Леви-Строс 1985 – *Леви-Строс К.* Структурная антропология. М.: Наука, 1985.
85. Леонтьева, Мартынюк 1989 – *Леонтьева А.А., Мартынюк А.П.* Стереотипы мужских и женских качеств в речи авторов – мужчин и женщин. Харьков, 1989.
86. ЛЭС 1990 – *Лингвистический энциклопедический словарь* // Гл. ред. В.Н. Ярцева. М., 1990.

87. Липпман 2004 – *Липпман У.* Общественное мнение. М., 2004.
88. Луман 2005 – *Луман Н.* Реальность массмедиа. Пер. с нем. А. Антоновского. М., 2005.
89. Макаров 2003 – *Макаров М.Л.* Основы теории дискурса. М., 2003.
90. Маклюэн 2011 – *Маклюэн Г.* Понимание медиа. М., 2011.
91. Маланина, Колесникова 2001 – *Маланина Е.В., Колесникова М.С.* Гендерные стереотипы в лексикографии и проблема их лингводидактической интерпретации в межкультурном диалоге // Лингвистические и лингводидактические исследования в контексте межкультурной коммуникации: Материалы конференции факультета иностранных языков ЯГПУ им. К.Д. Ушинского. Ярославль, 2001. С. 93-96.
92. Мартынюк 1989 – *Мартынюк А.П.* О реализации принципа вежливости в речи мужчин и женщин // Вестник Харьковского университета. Харьков, 1989. С. 89-92.
93. Маслова 2007 – *Маслова Л.Н.* Выражение согласия/несогласия в устной научной коммуникации: гендерный аспект: Дисс. ... канд. филол. наук. М., 2007.
94. Мошинская 1978 – *Мошинская Л.Р.* Влияние половозрастных особенностей субъекта на процесс вербальной коммуникации // Тезисы VI всесоюзного симпозиума по психолингвистике и теории коммуникации. М., 1987. С. 44-46.
95. Немировский 1938 – *Немировский М.Я.* Способы обозначения пола в языках мира // Памяти академика Н.Я. Марра. М.-Л., 1938.
96. Новикова 1998 – *Новикова Э.Е.* Введение // Действия после Пекина (IV-я Всемирная конференция по положению женщин): Справочник (редактор-составитель Э.Е. Новикова). М., 1998. С. 3-10.

- 97.Новикова 1995 – *Новикова Э.Е.* Международная защита прав женщин: история и современность // Преображение. М., 1995, №3. С. 58-62.
- 98.Общественно-публицистический стиль речи 1984 – *Общественно-публицистический стиль речи: Газетный подстиль.* Под ред. А.В. Швеца. Киев, 1984.
- 99.Ожгихина 2006 – *Ожгихина Е.С.* Концептуальный анализ рекламного текста с позиции гендера: На материале современного английского языка : Дис. ... канд. филол. наук. Уфа, 2006.
100. Ольшанский 1997 – *Ольшанский И.Г.* Гендер как одно из направлений социолингвистики // Проблемы социолингвистики и многоязычия. М., 1997, вып. 1. С. 22-34.
101. Попов 1999 – *Попов А.А.* К проблеме отражения гендерного аспекта в лексикографии // Гендерный фактор в языке и коммуникации. Иваново, 1999. С. 60-62.
- 102.Потапов 2000 – *Потапов В.В.* Попытки пересмотра гендерного признака в английском языке / Гендер как интрига познания. Сборник статей. М., 2000. С. 84-92.
103. Почепцов 2001 – *Почепцов Г.Г.* Теория коммуникации. М., 2001.
104. Прохоров 1997 – *Прохоров Ю.Е.* Национальные социокультурные стереотипы речевого общения и их роль в обучении русскому языку иностранцев. М., 1997.
105. Прохоров 1997 - *Прохоров Ю. Е.* Национальные социокультурные стереотипы речевого общения и их роль в межкультурной коммуникации // Функциональные исследования. Сб. статей по лингвистике. Вып. 4. М., 1997. С. 5-21.

106. Пушкарева 1999 – *Пушкарева Н.Л.* Гендерные исследования: рождение, становление, методы и перспективы в системе исторических наук // *Женщина. Гендер. Культура.* М., 1999. С. 15-34.
107. Рождественский, 1996 – *Рождественский Ю.В.* *Общая филология.* М., 1996.
108. Словарь гендерных терминов 2002 – *Словарь гендерных терминов.* Под ред. А.А. Денисовой. М., 2002.
109. Словарь русского языка 1989 – *Словарь русского языка.* Под ред. чл.-корр. АН СССР Н.Ю.Шведовой. М., 1989.
110. Новый словарь русского языка 2000 – *Ефремова Т.Ф.* *Современный толковый словарь русского языка.* М., 2000.
111. СЭС 1990 - *Советский энциклопедический словарь.* М., 1990.
112. Степанов 1998 – *Степанов Ю.С.* *Язык и метод. К современной философии языка.* М., 1998.
113. Табурова 1999а – *Табурова С.К.* *Механизмы создания экспрессивности в репликах мужчин и женщин – депутатов бундестага // Гендерный фактор в языке и коммуникации.* Иваново, 1999. С. 63-71.
114. Табурова 1999б – *Табурова С.К.* *Реплики депутатов бундестага как речевые акты // Гендерный фактор в языке и коммуникации.* Иваново, 1999. С. 72-86.
115. Табурова 2000 – *Табурова С.К.* *Эмоции в речи депутатов бундестага: мужские и женские предпочтения // Гендер как интрига познания: Сб. статей.* М., 2000. С. 168-191.

116. Табурова 1999 – *Табурова С.К.* Эмоциональный уровень мужской и женской языковой личности и средства его выражения (на материале пленарных дебатов Бундестага). Дисс. ... канд. филол. наук. М., 1990.
117. Таннен 2005 – *Таннен Д.* Ты просто меня не понимаешь: Женщины и мужчины в диалоге // *Гендер и язык*. М., 2005. С. 233-510.
118. Телевизионная журналистика 2002 – *Телевизионная журналистика*. Под ред. Г.В. Кузнецова и др. Изд. 4. М., 2002.
119. Трофимова 2002 – *Трофимова Е.И.* К вопросу о гендерной терминологии // *Общественные науки и современность*. М., 2002, № 6. С. 45–69.
120. Тырыгина 2008 – *Тырыгина В.А.* Проблема жанра в массово-информационном дискурсе. Дисс. ... докт. филол. наук. М., 2008.
121. Тырыгина 2010 – *Тырыгина В.А.* Жанровая стратификация массмедийного дискурса. М., 2010.
122. Уфимцева 1995 – *Уфимцева Н.В.* Этнические и культурные стереотипы: кросскультурное исследование // *Изв. АН. Сер. лит. и яз.* Т. 54. 1995, № 3. С. 55-62.
123. Уфимцева 1996 - *Уфимцева Н.В.* Сопоставительный анализ языкового сознания: этнические и культурные стереотипы // *Этнопсихолингвистические аспекты преподавания иностранных языков*. М., 1996. С. 90-96.
124. Ушакин 1999а – *Ушакин С.А.* Поле пола // *Женщина. Гендер. Культура*. М., 1999. С. 35-45.
125. Ушакин 1999б – *Ушакин С.А.* Поле пола: в центре и по краям // *Вопросы философии*. М., 1999 №5. С. 71-85.
126. Ушакин 2007 – *Ушакин С.А.* Поле пола. М., 2007.

127. Уэст, Зиммерман 2000 – *Уэст К., Зиммерман Д.* Создание гендера // Хрестоматия феминистских текстов. Переводы. СПб., 2000. С. 193-220.
128. Федотова, 1999 – *Федотова М.Е.* Наименования лиц женского пола по профессии в современном немецком языке. М., 1999.
129. Фуко 1996 – *Фуко М.* Воля к истине: по ту сторону знания, власти и сексуальности. М., 1996.
130. Халеева 1999 – *Халеева И.И.* Гендер как интрига познания // Гендерный фактор в языке и коммуникации. Иваново, 1999. С. 5-9.
131. Халеева 2000 – *Халеева И.И.* Гендер как интрига познания // Гендер как интрига познания. Сборник статей. М., 2000. С. 9–18.
132. Холод 1997а – *Холод А.М.* Мужская и женская картина мира в русском языке // Вербальные и невербальные дейксисы маскулинности и фемининности. Кривой Рог, 1997. С. 101-121.
133. Холод 1997б – *Холод А.М.* Речевые картины мира мужчин и женщин. Днепропетровск, 1997.
134. Чекалина 2009 – *Чекалина А.А.* Гендерная психология: учебное пособие. 2-е изд. М., 2009.
135. Шахмайкин 1996 – *Шахмайкин А.М.* Проблема лингвистического статуса категории рода // Актуальные проблемы современной русистики: Диахрония и синхрония. М., 1996. С. 226-273.
136. Шведчикова 1998 – *Шведчикова Т.В.* Способы выражения пола в наименованиях животных в русском языке. Дисс. ... канд. филол. наук. М., 1998.

137. Янко-Триницкая 1966 – *Янко-Триницкая Н.А.* Наименования лиц женского рода существительными женского и мужского рода // Развитие словообразования современного русского языка. М., 1966. С. 153-167.
138. Baudrillard 1981 – *Baudrillard J.* Requiem for Media // For a Critique of the Political Economy of the Sign. Telos Press, 1981. Pp. 164-184.
139. Brown, Levinson 1988 – *Brown P., Levinson S.C.* Politeness. Some Universals in Language Usage. New York, 1988.
140. Cameron 1992 – *Cameron D.* Feminism and Linguistic Theory. Second Edition. 1992.
141. Coates 1995 – *Coates J.* Language, Gender and Career // Language and Gender. Interdisciplinary Perspectives. New York, 1995. P 13-30.
142. Crystal, Davy 1969 – *Crystal D., Davy D.* Investigating English Style. London, 1969.
143. Dijk 1998a – *Dijk T.A., van.* Ideology: A Multidisciplinary Approach. London, 1998. URL: <http://psyberlink.flogiston.ru/internet/bits/vandijk2.htm> (Дата обращения: 13.04.2014).
144. Dijk 1997 – *Dijk T.A., van.* Discourse as Social Interaction. London, 1997.
145. Dijk 1998b – *Dijk T.A., van.* Principles of Critical Discourse Analysis // The Sociolinguistics Reader. Volume 2: Gender and Discourse. Ed. by J. Cheshire, P. Trudgill. London, New York, Sydney, Auckland, 1998. P. 367-393.
146. Goffman 1994 – *Goffman E.* Interaktion und Geschlecht. Frankfurt am Main, 1994.
147. Goffman 1981 – *Goffman E.* Forms of Talk. Oxf., Blackwell, 1981.

148. Harris 1952 – *Harris Z.* Discourse analysis // *Language*. 1952.V. 28. №1, pp. 1-30.
149. Hirschauer 1993 – *Hirschauer St.* Dekonstruktion und Rekonstruktion. Plädoyer für die Erforschung des Bekannten // *Feministische Studien*, 1993. P. 55-68.
150. BBC – *BBC website* URL: http://www.bbc.co.uk/history/historic_figures/baird_logie.shtml (Дата обращения: 13.04.2014).
151. Jespersen 1998 – *Jespersen O.* The Woman // *The Feminist Critique of Language*. London, 1998. P. 225-241.
152. Jespersen 1922 – *Jespersen O.* Language, its Nature, Development and Origin. London, 1922. URL: <http://interlanguages.net/jesplanguage.html> (Дата обращения: 13.04.2014).
153. Key 1975 – *Key M.R.* Male/Female Language: with a Comprehensive Bibliography. New Jersey, 1975.
154. Labow 1971 – *Labow W.* Variation in Language // *The Learning of Language*. National Council of Teachers of English. New York, 1971. P. 187-221.
155. Lakoff 1973 – *Lakoff R.* Language and Women's Place // *Language in Society*. Cambridge, 1973. N 2. P. 45-79.
156. Lakoff 1975 – *Lakoff R.* Language and Woman's Place. New York, 1975.
157. Macaullay 1978 – *Macaullay R.K.S.* Variation and Consistency in Glaswegian English // *Sociolinguistic Patterns in British English*. London, 1978.P. 132-143.

158. Maltz, Borker 1982 – *Maltz D.N., Borker R.A.* A Cultural Approach to Male-Female Miscommunication // Language and Social Identity. Cambridge, 1982. P. 196-216.
159. Maunthner 1921 – *Maunthner F.* Beiträge zu einer Kritik der Sprache. Band 1 (Zur Sprache und Psychologie), 3. Auflage. Stuttgart, Berlin, 1921.
160. McDonnell 1986 – McDonnell D. Theories of Discourse. Oxford, 1986.
161. Money 1955 – *Money J.* Hermaphroditism, Gender and Precocity in Hyperadrenocorticism: Psychologic Findings. *Bulletin of the Johns Hopkins Hospital* 96. P. 253–264.
162. Moulton, Robinson, Elias 1978 – *Moulton J., Robinson G., Elias C.* Sex Bias in Language Use: “Natural” Pronouns that aren’t // *American Psychologist*. 1978. N 33. P. 1032-1036.
163. Newbrook 1982 – *Newbrook M.* Sociolinguistic Reflexes of Dialect Interference in West Wirral. Reading, 1982.
164. Oakley 1985 – *Oakley A.* Sex, Gender and Society. London, 1985.
165. O’Barr, Atkins 1980 – *O’Barr W., Atkins B.* ‘Women’s Language’ or ‘Powerless Language’? // McConnell-Ginet et al. (eds) *women and Language in Literature and Society*. Praeger, New York, 1980. P. 93-110.
166. Philips 1987 – *Philips S.U.* Introduction: The interaction of social and biological processes in women’s and men’s speech // *Language, Gender and Sex in Comparative Perspective*. Eds. S.U. Philips, S. Steel, Ch. Tanz. New York, 1987. P. 1-11.
167. Pollack 1995 – *Pollack W.S.* Deconstructing Dis-Identification: Returning Psychoanalytic Concepts of Male Development // *Psychoanalysis and Psychotherapy*. N 12. 1995. P. 30-45.

168. Pollack 2004 – *Pollack W.S.* Male Adolescent Rites of Passage: Positive Visions of Multiple Developmental Pathways // Youth Violence: Scientific Approaches to Prevention. 2003. P 141-150.
169. Pusch 1983 – *Pusch L.* Das Deutsche als Männersprache // Aufsätze und Glossen zur feministischen Linguistik. Frankfurt am Main, 1983. S. 9-17.
170. Romaine 1978 – *Romaine S.* Postvocalic /r/ in Scottish English: sound change in progress? // Sociolinguistic Patterns in British English. London, 1978. P. 144-157.
171. Sapir 1915 – *Sapir E.* Abnormal Types of Speech in Nootka // Memoir 62, Anthropological Series. N 5. Ottawa, 1915.
172. Sapir 1968 – *Sapir E.* Male and Female Forms of Speech in Yana // Selected writings of Edward Sapir. Los Angeles, 1968. P. 206-212.
173. Schmidt 1986 – *Schmidt S.J.* Towards a Constructive Theory of Media Genre // Poetics. 1986. N 16. P. 371-395.
174. Schwitalla 1995 – *Schwitalla J.* Kommunikative Stilistik zweier sozialer Welten in Mannheim-Vogelstang. Berlin, New York, 1995.
175. Spender 1980 – *Spender D.* Man Made Language. Routledge and Kegan Paul. 1980.
176. Tannen 1989 – *Tannen D.* Talking Voices: Repetition, Dialogue and Imagery in Conversational Discourse. Cambridge: Cambridge University Press, 1989.
177. Tannen 1994 – *Tannen D.* The Relativity of Linguistic Strategies: Rethinking Power and Solidarity in Gender and Dominance // Gender and Conversational Interaction. New York, 1994. P. 19-52.

178. Troemel-Ploetz 1983 – *Troemel-Ploetz S.* Feminismus und Linguistics // Feminismus. Inspektion einer Herrenkultur. Frankfurt am Main, 1983. P. 33-51.
179. Troemel-Ploetz 1978 – *Troemel-Ploetz S.* Linguistik und Frauensprache // Linguistische Berichte. Frankfurt am Main, 1978. P. 49-68.
180. Trudgill 1972 – *Trudgill P.* Sex, covert prestige, and linguistic change in the urban British English of Norwich // *Language in Society*. 1972. P. 179-195.

ПРИЛОЖЕНИЕ

Анкета

Примите, пожалуйста, участие в нашем исследовании!

Заполните, пожалуйста, следующую анкету. Это поможет нам в проведении исследования в рамках написания кандидатской диссертации.

1. Смотрите ли вы телевизор регулярно?

да	<input type="checkbox"/>	нет	<input type="checkbox"/>
----	--------------------------	-----	--------------------------

2. Какие каналы Вы смотрите?

Первый	<input type="checkbox"/>	Россия 1	<input type="checkbox"/>	Россия 2	<input type="checkbox"/>	Россия-24	<input type="checkbox"/>	СТС	<input type="checkbox"/>	ТНТ	<input type="checkbox"/>	Москва-24	<input type="checkbox"/>
ТВ-Центр	<input type="checkbox"/>	РЕН-ТВ	<input type="checkbox"/>	Культура	<input type="checkbox"/>	РБК-ТВ	<input type="checkbox"/>	НТВ	<input type="checkbox"/>	Муз-ТВ	<input type="checkbox"/>	2x2	<input type="checkbox"/>

Другое: _____

3. Какого рода передачи Вы предпочитаете? Напишите, пожалуйста, названия нескольких передач, которые Вы обычно смотрите.

развлекательные	<input type="checkbox"/>	информационные	<input type="checkbox"/>	аналитические	<input type="checkbox"/>
-----------------	--------------------------	----------------	--------------------------	---------------	--------------------------

4. Как бы Вы охарактеризовали речь мужчин? Отметьте из нижеследующего списка. Допишите по возможности. **Мужчины в большинстве своём...**

многословны	<input type="checkbox"/>	немногословны	<input type="checkbox"/>
используют большое количество терминов	<input type="checkbox"/>	не склонны использовать большое количество терминов	<input type="checkbox"/>
склонны спорить	<input type="checkbox"/>	склонны избегать споров	<input type="checkbox"/>
говорят уверенно	<input type="checkbox"/>	говорят неуверенно	<input type="checkbox"/>
болтливы	<input type="checkbox"/>	Молчаливы	<input type="checkbox"/>
говорят вежливо	<input type="checkbox"/>	склонны грубить	<input type="checkbox"/>
открыто выражают несогласие с собеседником	<input type="checkbox"/>	стараются смягчить выражение своего несогласия с собеседником	<input type="checkbox"/>
говорят агрессивно	<input type="checkbox"/>	склонны выражать свои мысли мягко	<input type="checkbox"/>
говорят эмоционально	<input type="checkbox"/>	говорят неэмоционально	<input type="checkbox"/>
говорят быстро	<input type="checkbox"/>	говорят медленно	<input type="checkbox"/>
говорят логично	<input type="checkbox"/>	говорят нелогично	<input type="checkbox"/>
открыто выражают согласие с собеседником	<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>
умеют слушать	<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>
говорят образно	<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>
говорят кратко	<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>
говорят предметно	<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>
часто приводят примеры в подтверждение своей точки зрения	<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>

Другое: _____

5. Как бы Вы охарактеризовали речь женщин? Отметьте из нижеследующего списка. Допишите по возможности. **Женщины в большинстве своём...**

многословны	<input type="checkbox"/>	немногословны	<input type="checkbox"/>
склонны спорить	<input type="checkbox"/>	склонны избегать споров	<input type="checkbox"/>
болтливы	<input type="checkbox"/>	Молчаливы	<input type="checkbox"/>
говорят логично	<input type="checkbox"/>	говорят нелогично	<input type="checkbox"/>

используют большое количество терминов		не склонны использовать большое количество терминов	
открыто выражают несогласие с собеседником		стараятся смягчить выражение своего несогласия с собеседником	
говорят быстро		говорят медленно	
говорят эмоционально		говорят неэмоционально	
говорят вежливо		склонны грубить	
говорят агрессивно		склонны выражать свои мысли мягко	
говорят уверенно		говорят неуверенно	
говорят кратко			
умеют слушать			
часто приводят примеры в подтверждение своей точки зрения			
открыто выражают согласие с собеседником			
говорят образно			
говорят предметно			

Другое: _____

6. Кто из известных людей (возможно героев фильма/книги), по Вашему мнению, является эталонным мужчиной?

7. Кто из известных людей (возможно героев фильма/книги), по Вашему мнению, является эталонной женщиной?

8. Есть ли, по Вашему мнению, известные мужчины, которые ведут себя не по-мужски? Что заставляет Вас так думать? _____

9. Есть ли, по Вашему мнению, известные женщины, которые ведут себя не по-женски? Что заставляет Вас так думать?

Укажите, пожалуйста, информацию о себе:

1. Ваш пол:

мужской	<input type="checkbox"/>	женский	<input type="checkbox"/>
---------	--------------------------	---------	--------------------------

2. Ваш Возраст:

25-30	<input type="checkbox"/>	31-35	<input type="checkbox"/>	36-41	<input type="checkbox"/>	41 и старше	<input type="checkbox"/>
-------	--------------------------	-------	--------------------------	-------	--------------------------	-------------	--------------------------

3. Ваше образование

Неоконченное высшее гуманитарное	<input type="checkbox"/>	Неоконченное высшее техническое	<input type="checkbox"/>	Высшее гуманитарное	<input type="checkbox"/>	Высшее техническое	<input type="checkbox"/>
Неоконченное высшее естественно-научное	<input type="checkbox"/>	Высшее естественно-научное	<input type="checkbox"/>	Среднее образование	<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>

Напишите, пожалуйста, комментарии к предложенным вопросам! (Если они, конечно, есть)

Спасибо за участие!

Результаты анкетирования

Таблица 1. Результаты анкетирования всех респондентов о характеристиках мужского речевого поведения.

№	Характеристика	Кол-во	%
1	Уверенность	137	69%
2	Склонность спорить	115	58%
3	Предметность	103	52%
4-5	Логичность	98	49%
4-5	Склонность открыто выражать несогласие с собеседником	98	49%
6	Немногословность	85	43%
7	Использование большого количества терминов	73	37%
8-9	Краткость	67	34%
8-9	Склонность приводить примеры в подтверждение своей точки зрения	67	34%
10-11	Агрессивность	61	31%
10-11	Склонность грубить	61	31%
12-13	Молчаливость	51	26%
12-13	Склонность открыто выразить согласие с собеседником	51	26%
14	Эмоциональность	50	25%
15	Умение слушать	46	23%
16	Вежливость	42	21%
17	Образность	33	17%
18	Многословность	32	16%
19	Неэмоциональность	26	13%
20-21	Болтливость	22	11%
20-21	Склонность смягчать несогласие с собеседником	22	11%
22	Склонность не использовать большое количество терминов	21	11%
23	Высокая скорость речи	20	10%
24	Низкая скорость речи	19	10%
25	Склонность избегать споры	10	5%
26	Мягкость	8	4%
27	Нелогичность	6	3%
28	Неуверенность	4	2%

Таблица 2. Результаты анкетирования группы мужчин о характеристиках мужского речевого поведения.

№	Характеристика	Кол-во	%
1	Уверенность	81	81%
2	Логичность	67	67%
3	Предметность	63	63%
4	Склонность спорить	56	56%

5	Использование большого количества терминов	50	50%
6	Склонность открыто выражать несогласие с собеседником	48	48%
7	Немногословность	44	44%
8	Склонность приводить примеры в подтверждение своей точки зрения	40	40%
9	Агрессивность	37	37%
10	Краткость	33	33%
11-12	Склонность грубить	30	30%
11-12	Умение слушать	30	30%
13	Эмоциональность	29	29%
14	Склонность открыто выражать согласие с собеседником	26	26%
15	Молчаливость	25	25%
16	Вежливость	23	23%
17	Образность	19	19%
18	Склонность смягчать несогласие с собеседником	14	14%
19-21	Болтливость	13	13%
19-21	Многословность	13	13%
19-21	Неэмоциональность	13	13%
22	Низкая скорость речи	12	12%
23	Склонность не использовать большое количество терминов	9	9%
24	Высокая скорость речи	8	8%
25	Мягкость	2	2%
26-28	Нелогичность	1	1%
26-28	Неуверенность	1	1%
26-28	Склонность избегать споры	1	1%

Таблица 3. Результаты анкетирования группы женщин о характеристиках мужского речевого поведения.

№	Характеристика	Кол-во	%
1	Склонность спорить	59	59%
2	Уверенность	56	56%
3	Склонность открыто выражать несогласие с собеседником	50	50%
4	Немногословность	41	41%
5	Предметность	40	40%
6	Краткость	34	34%
7-8	Логичность	31	31%
7-8	Склонность грубить	31	31%
9	Склонность приводить примеры в подтверждение своей точки зрения	27	27%
10	Молчаливость	26	26%
11	Склонность открыто выражать согласие с собеседником	25	25%
12	Агрессивность	24	24%

13	Использование большого количества терминов	23	23%
14	Эмоциональность	21	21%
15-16	Вежливость	19	19%
15-16	Многословность	19	19%
17	Умение слушать	16	16%
18	Образность	14	14%
19	Неэмоциональность	13	13%
20-21	Высокая скорость речи	12	12%
20-21	Склонность не использовать большое количество терминов	12	12%
22-23	Болтливость	9	9%
22-23	Склонность избегать споры	9	9%
24	Склонность смягчать несогласие с собеседником	8	8%
25	Низкая скорость речи	7	7%
26	Мягкость	6	6%
27	Нелогичность	5	5%
28	Неуверенность	3	3%

Таблица 4. Результаты анкетирования респондентов в возрасте от 25 до 30 лет о характеристиках мужского речевого поведения.

№	Характеристика	Кол-во	%
1	Уверенность	37	71%
2	Склонность спорить	33	63%
3-4	Логичность	28	54%
3-4	Предметность	28	54%
5	Склонность приводить примеры в подтверждение своей точки зрения	23	44%
6	Склонность открыто выражать несогласие с собеседником	21	40%
7	Использование большого количества терминов	19	37%
8	Немногословность	16	31%
9-10	Молчаливость	14	27%
9-10	Эмоциональность	14	27%
11-12	Краткость	13	25%
11-12	Склонность грубить	13	25%
13-15	Агрессивность	12	23%
13-15	Многословность	12	23%
13-15	Склонность открыто выразить согласие с собеседником	12	23%
16-18	Болтливость	9	17%
16-18	Неэмоциональность	9	17%
16-18	Умение слушать	9	17%
19-20	Низкая скорость речи	8	15%
19-20	Образность	8	15%
21	Вежливость	7	13%

22-23	Склонность не использовать большое количество терминов	6	12%
22-23	Склонность смягчать несогласие с собеседником	6	12%
24-25	Высокая скорость речи	4	8%
24-25	Мягкость	4	8%
26	Склонность избегать споры	2	4%
27-28	Нелогичность	0	0%
27-28	Неуверенность	0	0%

Таблица 5. Результаты анкетирования респондентов в возрасте от 31 года до 35 лет о характеристиках мужского речевого поведения.

№	Характеристика	Кол-во	%
1	Уверенность	35	74%
2	Склонность спорить	33	70%
3	Склонность открыто выражать несогласие с собеседником	26	55%
4	Немногословность	22	47%
5-6	Краткость	20	43%
5-6	Логичность	20	43%
7	Предметность	19	40%
8	Склонность приводить примеры в подтверждение своей точки зрения	16	34%
9-10	Вежливость	14	30%
9-10	Склонность грубить	14	30%
11-12	Агрессивность	13	28%
11-12	Умение слушать	13	28%
13-14	Использование большого количества терминов	12	26%
13-14	Молчаливость	12	26%
15	Эмоциональность	11	23%
16-17	Образность	10	21%
16-17	Склонность открыто выражать согласие с собеседником	10	21%
18	Высокая скорость речи	6	13%
19-20	Неэмоциональность	4	9%
19-20	Склонность не использовать большое количество терминов	4	9%
21-25	Болтливость	3	6%
21-25	Многословность	3	6%
21-25	Низкая скорость речи	3	6%
21-25	Склонность избегать споры	3	6%
21-25	Склонность смягчать несогласие с собеседником	3	6%
26-27	Мягкость	2	4%
26-27	Нелогичность	2	4%
28	Неуверенность	0	0%

Таблица 6. Результаты анкетирования респондентов в возрасте от 36 до 40 лет о характеристиках мужского речевого поведения.

№	Характеристика	Кол-во	%
1	Уверенность	28	57%
2-3	Склонность открыто выразить несогласие с собеседником	27	55%
2-3	Склонность спорить	27	55%
4-5	Немногословность	23	47%
4-5	Предметность	23	47%
6	Использование большого количества терминов	22	45%
7	Логичность	21	43%
8	Агрессивность	19	39%
9	Склонность приводить примеры в подтверждение своей точки зрения	17	35%
10	Краткость	16	33%
11	Склонность грубить	14	29%
12	Эмоциональность	13	27%
13-14	Склонность открыто выразить согласие с собеседником	12	24%
13-14	Умение слушать	12	24%
15	Многословность	11	22%
16-17	Вежливость	10	20%
16-17	Образность	10	20%
18-19	Болтливость	8	16%
18-19	Молчаливость	8	16%
20	Склонность смягчать несогласие с собеседником	7	14%
21-22	Высокая скорость речи	6	12%
21-22	Неэмоциональность	6	12%
23	Склонность не использовать большое количество терминов	4	8%
24-26	Нелогичность	3	6%
24-26	Неуверенность	3	6%
24-26	Низкая скорость речи	3	6%
27	Склонность избегать споры	1	2%
28	Мягкость	0	0%

Таблица 7. Результаты анкетирования респондентов старше 41 года о характеристиках мужского речевого поведения.

№	Характеристика	Кол-во	%
1	Уверенность	37	71%
2	Предметность	33	63%
3	Склонность спорить	32	62%
4	Логичность	29	56%
5-6	Немногословность	24	46%
5-6	Склонность открыто выразить несогласие с собеседником	24	46%

7-8	Использование большого количества терминов	20	38%
7-8	Склонность грубить	20	38%
9	Краткость	18	35%
10	Агрессивность	17	33%
11-12	Молчаливость	15	29%
11-12	Склонность открыто выражать согласие с собеседником	15	29%
13-14	Умение слушать	12	23%
13-14	Эмоциональность	12	23%
15-16	Вежливость	11	21%
15-16	Склонность приводить примеры в подтверждение своей точки зрения	11	21%
17-18	Неэмоциональность	7	13%
17-18	Склонность не использовать большое количество терминов	7	13%
19-20	Многословность	6	12%
19-20	Склонность смягчать несогласие с собеседником	6	12%
21-22	Низкая скорость речи	5	10%
21-22	Образность	5	10%
23-24	Высокая скорость речи	4	8%
23-24	Склонность избегать споры	4	8%
25-26	Болтливость	2	4%
25-26	Мягкость	2	4%
27-28	Нелогичность	1	2%
27-28	Неуверенность	1	2%

Таблица 8. Результаты анкетирования группы людей с техническим образованием о характеристиках мужского речевого поведения.

№	Характеристика	Кол-во	%
1	Уверенность	55	74%
2	Логичность	43	58%
3	Склонность спорить	40	54%
4	Склонность открыто выражать несогласие с собеседником	39	53%
5	Немногословность	37	50%
6-7	Использование большого количества терминов	31	42%
6-7	Предметность	31	42%
8	Краткость	30	41%
9	Молчаливость	25	34%
10	Склонность приводить примеры в подтверждение своей точки зрения	24	32%
11	Агрессивность	23	31%
12	Склонность грубить	18	24%
13-14	Умение слушать	17	23%
13-14	Эмоциональность	17	23%

15	Вежливость	16	22%
16	Склонность открыто выражать согласие с собеседником	15	20%
17	Образность	14	19%
18-19	Неэмоциональность	12	16%
18-19	Низкая скорость речи	12	16%
20-21	Многословность	11	15%
20-21	Склонность не использовать большое количество терминов	11	15%
22-23	Высокая скорость речи	7	9%
22-23	Склонность смягчать несогласие с собеседником	7	9%
24	Болтливость	6	8%
25	Мягкость	5	7%
26-27	Нелогичность	4	5%
26-27	Склонность избегать споры	4	5%
28	Неуверенность	1	1%

Таблица 9. Результаты анкетирования группы людей с гуманитарным образованием о характеристиках мужского речевого поведения.

№	Характеристика	Кол-во	%
1	Уверенность	52	70%
2	Склонность спорить	50	68%
3	Склонность открыто выражать несогласие с собеседником	35	47%
4	Предметность	34	46%
5	Логичность	31	42%
6	Агрессивность	29	39%
7-8	Использование большого количества терминов	28	38%
7-8	Немногословность	28	38%
9	Склонность открыто выражать согласие с собеседником	26	35%
10	Склонность грубить	23	31%
11	Умение слушать	20	27%
12	Эмоциональность	19	26%
13-14	Краткость	18	24%
13-14	Склонность приводить примеры в подтверждение своей точки зрения	18	24%
15	Молчаливость	17	23%
16	Многословность	13	18%
17-18	Вежливость	12	16%
17-18	Склонность смягчать несогласие с собеседником	12	16%
19	Болтливость	11	15%
20	Образность	10	14%
21-22	Высокая скорость речи	9	12%
21-22	Неэмоциональность	9	12%
23	Склонность не использовать большое количество терминов	8	11%

24	Склонность избегать споры	6	8%
25	Низкая скорость речи	4	5%
26	Мягкость	3	4%
27	Неуверенность	2	3%
28	Нелогичность	0	0%

Таблица 10. Результаты анкетирования группы людей с естественнонаучным образованием о характеристиках мужского речевого поведения.

№	Характеристика	Кол-во	%
1	Уверенность	30	58%
2	Предметность	28	54%
3-4	Склонность спорить	25	48%
3-4	Склонность приводить примеры в подтверждение своей точки зрения	25	48%
5-6	Логичность	24	46%
5-6	Склонность открыто выражать несогласие с собеседником	24	46%
7-8	Немногословность	20	38%
7-8	Склонность грубить	20	38%
9	Краткость	19	37%
10-12	Вежливость	14	27%
10-12	Использование большого количества терминов	14	27%
10-12	Эмоциональность	14	27%
13	Склонность открыто выражать согласие с собеседником	10	19%
14-17	Агрессивность	9	17%
14-17	Молчаливость	9	17%
14-17	Образность	9	17%
14-17	Умение слушать	9	17%
18	Многословность	8	15%
19-20	Болтливость	5	10%
19-20	Неэмоциональность	5	10%
21	Высокая скорость речи	4	8%
22-23	Низкая скорость речи	3	6%
22-23	Склонность смягчать несогласие с собеседником	3	6%
24-25	Нелогичность	2	4%
24-25	Склонность не использовать большое количество терминов	2	4%
26	Неуверенность	1	2%
27-28	Мягкость	0	0%
27-28	Склонность избегать споры	0	0%

Таблица 11. Результаты анкетирования всех респондентов о характеристиках женского речевого поведения.

№	Характеристика	Кол-во	%
---	----------------	--------	---

1	Эмоциональность	170	85%
2	Многословность	152	76%
3	Болтливость	122	61%
4	Умение слушать	87	44%
5	Высокая скорость речи	83	42%
6	Склонность спорить	81	41%
7	Образность	76	38%
8	Мягкость	73	37%
9	Склонность приводить примеры в подтверждение своей точки зрения	70	35%
10	Вежливость	67	34%
11	Уверенность	58	29%
12-13	Склонность не использовать большое количество терминов	58	29%
12-13	Склонность смягчать несогласие с собеседником	58	29%
14	Склонность открыто выражать несогласие с собеседником	45	23%
15	Склонность открыто выражать согласие с собеседником	40	20%
16-17	Нелогичность	39	20%
16-17	Склонность избегать споры	39	20%
18	Использование большого количества терминов	36	18%
19	Логичность	28	14%
20	Неуверенность	18	9%
21	Агрессивность	17	9%
22	Склонность грубить	13	7%
23	Предметность	11	6%
24	Низкая скорость речи	5	3%
25	Неэмоциональность	4	2%
26	Краткость	3	2%
27	Немногословность	2	1%
28	Молчаливость	0	0%

Таблица 12. Результаты анкетирования группы мужчин о характеристиках женского речевого поведения.

№	Характеристика	Кол-во	%
1	Эмоциональность	88	88%
2	Многословность	81	81%
3	Болтливость	60	60%
4	Образность	46	46%
5	Умение слушать	42	42%
6	Высокая скорость речи	39	39%
7-8	Склонность не использовать большое количество терминов	38	38%
7-8	Склонность спорить	38	38%
9	Вежливость	34	34%

10	Склонность смягчать несогласие с собеседником	33	33%
11	Мягкость	31	31%
12	Склонность приводить примеры в подтверждение своей точки зрения	29	29%
13	Нелогичность	27	27%
14	Уверенность	25	25%
15	Склонность открыто выражать согласие с собеседником	22	22%
16	Склонность избегать споры	20	20%
17	Склонность открыто выражать несогласие с собеседником	15	15%
18	Использование большого количества терминов	13	13%
19-20	Агрессивность	11	11%
19-20	Неуверенность	11	11%
21	Склонность грубить	10	10%
22	Логичность	9	9%
23	Предметность	7	7%
24	Неэмоциональность	4	4%
25	Низкая скорость речи	3	3%
26-28	Краткость	0	0%
26-28	Молчаливость	0	0%
26-28	Немногословность	0	0%

Таблица 13. Результаты анкетирования группы женщин о характеристиках женского речевого поведения.

№	Характеристика	Кол-во	%
1	Эмоциональность	82	82%
2	Многословность	71	71%
3	Болтливость	62	62%
4	Склонность спорить	46	46%
5	Умение слушать	45	45%
6	Высокая скорость речи	44	44%
7	Мягкость	42	42%
8	Склонность приводить примеры в подтверждение своей точки зрения	41	41%
9-10	Вежливость	33	33%
9-10	Уверенность	33	33%
11-12	Образность	30	30%
11-12	Склонность открыто выражать несогласие с собеседником	30	30%
13	Склонность смягчать несогласие с собеседником	25	25%
14	Использование большого количества терминов	23	23%
15	Склонность не использовать большое количество терминов	20	20%
16-17	Логичность	19	19%
16-17	Склонность избегать споры	19	19%

18	Склонность открыто выражать согласие с собеседником	18	18%
19	Нелогичность	12	12%
20	Неуверенность	7	7%
21	Агрессивность	6	6%
22	Предметность	4	4%
23-24	Краткость	3	3%
23-24	Склонность грубить	3	3%
25-26	Немногословность	2	2%
25-26	Низкая скорость речи	2	2%
27-28	Молчаливость	0	0%
27-28	Неэмоциональность	0	0%

Таблица 14. Результаты анкетирования респондентов в возрасте от 25 до 30 лет о характеристиках женского речевого поведения.

№	Характеристика	Кол-во	%
1	Эмоциональность	44	85%
2	Многословность	39	75%
3	Болтливость	32	62%
4	Высокая скорость речи	30	58%
5	Склонность спорить	23	44%
6	Мягкость	19	37%
7	Склонность смягчать несогласие с собеседником	18	35%
8-9	Склонность приводить примеры в подтверждение своей точки зрения	16	31%
8-9	Умение слушать	16	31%
10-11	Образность	15	29%
10-11	Склонность не использовать большое количество терминов	15	29%
12	Вежливость	14	27%
13	Склонность открыто выражать несогласие с собеседником	13	25%
14	Склонность избегать споры	12	23%
15	Уверенность	10	19%
16-18	Использование большого количества терминов	9	17%
16-18	Нелогичность	9	17%
16-18	Склонность открыто выражать согласие с собеседником	9	17%
19	Логичность	7	13%
20-21	Предметность	5	10%
20-21	Склонность грубить	5	10%
22-23	Агрессивность	3	6%
22-23	Неуверенность	3	6%
24-25	Краткость	2	4%
24-25	Низкая скорость речи	2	4%
26-28	Молчаливость	0	0%

26-28	Немногословность	0	0%
26-28	Неэмоциональность	0	0%

Таблица 15. Результаты анкетирования респондентов в возрасте от 31 года до 35 лет о характеристиках женского речевого поведения.

№	Характеристика	Кол-во	%
1	Многословность	38	81%
2	Эмоциональность	36	77%
3	Болтливость	25	53%
4	Умение слушать	24	51%
5	Склонность спорить	20	43%
6-8	Вежливость	19	40%
6-8	Мягкость	19	40%
6-8	Образность	19	40%
9	Высокая скорость речи	16	34%
10-11	Склонность приводить примеры в подтверждение своей точки зрения	14	30%
10-11	Уверенность	14	30%
12	Склонность не использовать большое количество терминов	12	26%
13-14	Склонность избегать споры	11	23%
13-14	Склонность открыто выражать согласие с собеседником	11	23%
15	Склонность смягчать несогласие с собеседником	10	21%
16-18	Использование большого количества терминов	8	17%
16-18	Нелогичность	8	17%
16-18	Склонность открыто выражать несогласие с собеседником	8	17%
19	Логичность	5	11%
20-21	Агрессивность	4	9%
20-21	Неэмоциональность	4	9%
22-23	Неуверенность	3	6%
22-23	Склонность грубить	3	6%
24-25	Низкая скорость речи	1	2%
24-25	Предметность	1	2%
26-28	Краткость	0	0%
26-28	Молчаливость	0	0%
26-28	Немногословность	0	0%

Таблица 16. Результаты анкетирования респондентов в возрасте от 36 до 40 лет о характеристиках женского речевого поведения.

№	Характеристика	Кол-во	%
1	Эмоциональность	44	90%
2	Многословность	37	76%
3	Болтливость	32	65%

4	Умение слушать	23	47%
5	Высокая скорость речи	19	39%
6-7	Склонность спорить	17	35%
6-7	Уверенность	17	35%
8-9	Мягкость	16	33%
8-9	Склонность не использовать большое количество терминов	16	33%
10	Склонность смягчать несогласие с собеседником	14	29%
11	Склонность открыто выражать несогласие с собеседником	13	27%
12	Склонность приводить примеры в подтверждение своей точки зрения	12	24%
13-14	Вежливость	11	22%
13-14	Образность	11	22%
15-16	Нелогичность	10	20%
15-16	Склонность избегать споры	10	20%
17-19	Логичность	8	16%
17-19	Использование большого количества терминов	8	16%
17-19	Склонность открыто выражать согласие с собеседником	8	16%
20	Агрессивность	6	12%
21	Склонность грубить	3	6%
22-23	Неуверенность	2	4%
22-23	Предметность	2	4%
24	Немногословность	1	2%
25-28	Краткость	0	0%
25-28	Молчаливость	0	0%
25-28	Неэмоциональность	0	0%
25-28	Низкая скорость речи	0	0%

Таблица 17. Результаты анкетирования респондентов старше 41 года о характеристиках женского речевого поведения.

№	Характеристика	Кол-во	%
1	Эмоциональность	46	88%
2	Многословность	38	73%
3	Болтливость	33	63%
4	Образность	31	60%
5	Склонность приводить примеры в подтверждение своей точки зрения	28	54%
6	Склонность смягчать несогласие с собеседником	26	50%
7-8	Склонность спорить	24	46%
7-8	Умение слушать	24	46%
9	Вежливость	23	44%
10	Высокая скорость речи	18	35%
11	Уверенность	17	33%

12	Склонность не использовать большое количество терминов	15	29%
13	Мягкость	13	25%
14-15	Нелогичность	12	23%
14-15	Склонность открыто выражать согласие с собеседником	12	23%
16-17	Использование большого количества терминов	11	21%
16-17	Склонность открыто выражать несогласие с собеседником	11	21%
18-19	Логичность	8	15%
18-19	Неуверенность	8	15%
20	Склонность избегать споры	6	12%
21	Агрессивность	4	8%
22	Предметность	3	6%
23-24	Низкая скорость речи	2	4%
23-24	Склонность грубить	2	4%
25-26	Краткость	1	2%
25-26	Немногословность	1	2%
27-28	Молчаливость	0	0%
27-28	Неэмоциональность	0	0%

Таблица 18. Результаты анкетирования группы людей с техническим образованием о характеристиках женского речевого поведения.

№	Характеристика	Кол-во	%
1	Эмоциональность	64	86%
2	Многословность	56	76%
3	Болтливость	48	65%
4	Образность	38	51%
5	Умение слушать	37	50%
6-8	Вежливость	30	41%
6-8	Высокая скорость речи	30	41%
6-8	Склонность спорить	30	41%
9-10	Мягкость	28	38%
9-10	Склонность приводить примеры в подтверждение своей точки зрения	28	38%
11	Склонность смягчать несогласие с собеседником	27	36%
12	Уверенность	23	31%
13	Склонность не использовать большое количество терминов	22	30%
14-15	Логичность	16	22%
14-15	Склонность избегать споры	16	22%
16	Использование большого количества терминов	14	19%
17	Склонность открыто выражать согласие с собеседником	12	16%
18	Склонность открыто выражать несогласие с собеседником	10	14%
19	Нелогичность	9	12%
20	Неуверенность	7	9%

21	Агрессивность	6	8%
22	Склонность грубить	4	5%
23	Предметность	3	4%
24-25	Неэмоциональность	2	3%
24-25	Низкая скорость речи	2	3%
26-27	Краткость	1	1%
26-27	Немногословность	1	1%
28	Молчаливость	0	0%

Таблица 19. Результаты анкетирования группы людей с гуманитарным образованием о характеристиках женского речевого поведения.

№	Характеристика	Кол-во	%
1	Эмоциональность	63	85%
2	Многословность	57	77%
3	Болтливость	47	64%
4	Склонность спорить	36	49%
5	Высокая скорость речи	30	41%
6	Склонность смягчать несогласие с собеседником	29	39%
7-8	Вежливость	28	38%
7-8	Склонность приводить примеры в подтверждение своей точки зрения	28	38%
9-10	Склонность не использовать большое количество терминов	27	36%
9-10	Уверенность	27	36%
11-12	Мягкость	25	34%
11-12	Умение слушать	25	34%
13	Образность	23	31%
14	Склонность открыто выражать согласие с собеседником	21	28%
15	Нелогичность	20	27%
16	Склонность открыто выражать несогласие с собеседником	17	23%
17	Склонность избегать споры	14	19%
18	Использование большого количества терминов	13	18%
19	Неуверенность	10	14%
20	Агрессивность	9	12%
21	Логичность	8	11%
22	Предметность	7	9%
23	Склонность грубить	4	5%
24	Низкая скорость речи	3	4%
25	Краткость	2	3%
26-27	Немногословность	1	1%
26-27	Неэмоциональность	1	1%
28	Молчаливость	0	0%

Таблица 20. Результаты анкетирования группы людей с естественнонаучным образованием о характеристиках женского речевого поведения.

№	Характеристика	Кол-во	%
1	Эмоциональность	43	83%
2	Многословность	39	75%
3	Болтливость	27	52%
4-5	Высокая скорость речи	23	44%
4-5	Умение слушать	23	44%
6	Мягкость	20	38%
7-8	Склонность открыто выражать несогласие с собеседником	18	35%
7-8	Склонность спорить	18	35%
9	Образность	15	29%
10	Склонность приводить примеры в подтверждение своей точки зрения	14	27%
11	Вежливость	13	25%
12	Склонность смягчать несогласие с собеседником	12	23%
13	Нелогичность	10	19%
14-16	Использование большого количества терминов	9	17%
14-16	Склонность избегать споры	9	17%
14-16	Склонность не использовать большое количество терминов	9	17%
17	Уверенность	8	15%
18	Склонность открыто выразить согласие с собеседником	7	13%
19	Склонность грубить	5	10%
20	Логичность	4	8%
21	Агрессивность	2	4%
22-24	Неуверенность	1	2%
22-24	Неэмоциональность	1	2%
24	Предметность	1	2%
25-28	Краткость	0	0%
25-28	Молчаливость	0	0%
25-28	Немногословность	0	0%
25-28	Низкая скорость речи	0	0%