ФЕДЕРАЛЬНОЕ АГЕНТСТВО ПО ОБРАЗОВАНИЮ

ГОУ ВПО «ТАМБОВСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ им. Г.Р.ДЕРЖАВИНА»

Институт иностранных языков

**Кафедра французской филологии**

**Дипломная работа**

**на тему:**

**"СПЕЦИФИКА МУЖСКОГО ТИПА РЕЧИ**

**НА МАТЕРИАЛЕ ФРАНЦУЗСКИХ ГЛЯНЦЕВЫХ ЖУРНАЛОВ"**

Тамбов 2008

**Содержание**

Введение

1. Определение понятия «гендер»

1.1 Зарождение гендерной концепции

1.2 Гендерные исследования в России

1.3 Гендерная идентичность

2. Реализация мужского типа речи в глянцевых журналах

2.1 Специфика журналов, предназначенных для мужчин

2.2 Реализация мужского типа речи в интервью

2.2.1 Лексический аспект исследования

2.2.2 Стилистический аспект исследования

2.2.3 Грамматический аспект исследования

Заключение

Список использованной литературы

Список словарей

Список источников фактического материала

**Введение**

Мужская и женская речь – условное название лексических предпочтений и некоторых других особенностей употребления языка в зависимости от пола говорящего.

Дипломная работа посвящена изучению особенностей мужского типа речи. Данная тема на протяжении уже нескольких лет не теряет своей актуальности: исследователей давно волновал вопрос о различиях мужского и женского начала. Половая дифференциация речи стала известна с 17‑го века, когда были открыты новые туземные племена, у которых наблюдались довольно значительные различия в речи в зависимости от пола говорящего. Прежде всего, это касалось женщин, т. к. их речевое поведение регламентировалось более чем мужское, поэтому первоначально в научном описании обсуждались так называемые «женские языки». Наиболее часто различия проявляются в лексике, но могут распространяться и на другие явления, как, например, в японском языке. Различаются наборы модально-экспрессивных частиц, формы вежливости и т.п. В европейских языках также отмечаются некоторые различия в употреблении языка, однако они не носят всеобщего характера, а проявляются в виде тенденций. Первоначально речевые различия объяснялись природой женщин и мужчин, т.е. считались постоянными факторами.

В конце 60-х годов XX века первоначально в истории и социологии, а затем и в других науках вводится термин «гендер», широко используемый для описания стереотипов «фемининности» и «маскулинности», существующих в различных культурах. Основной целью введения в научный аппарат понятия «гендер» является разграничение понятий биологического пола и пола социального, последний из которых определяет стратегии поведения индивида в соответствии с его биологическим полом. Изменение основ общественной жизни, в которой все более возрастает роль женщины, меняя традиционный национальный менталитет, обусловливает бурное развитие гендерных исследований в различных направлениях гуманитарных наук, в том числе и в языкознании.

Исследование лексических, грамматических и стилистических особенностей мужской речи на основе французских журналов определяет научную новизну данной работы.

Объектом исследования выступает французская мужская разговорная речь. Предмет исследования – особенности построения и функционирования высказываний французов-мужчин.

Целью работы является выявление особенностей французской мужской речи на трех уровнях: лексическом, грамматическом и стилистическом.

Из цели вытекает ряд задач:

1. дать определение понятия «гендер»;

2. ознакомиться с основными особенностями гендерной концепции;

3. рассмотреть точки зрения русских лингвистов на гендерные исследования;

4. выявить отличия мужской речи от женской;

5. проанализировать мужскую речь на основе французских журналов.

В ходе исследования нами были использованы следующие методы: концептуальный, компонентный, сравнительный.

Дипломная работа состоит из введения, теоретической главы, исследовательской главы, заключения и библиографии.

**1. Определение понятия «гендер»**

Современная социально-психологическая наука различает понятия *пол* и *гендер* (gender). Традиционно первое из них использовалось для обозначения тех анатомо-физиологических особенностей людей, на основе которых человеческие существа определяются как мужчины или женщины. Пол (т.е. биологические особенности) человека считался фундаментом и первопричиной психологических и социальных различий между женщинами и мужчинами. По мере развития научных исследований стало ясно, что с биологической точки зрения между мужчинами и женщинами гораздо больше сходства, чем различий [Е.И. Гапова, А.Р. Усманова 2000: 43]. Многие исследователи даже считают, что единственное четкое и значимое биологическое различие между женщинами и мужчинами заключается в их роли в воспроизводстве потомства. Сегодня очевидно, что такие «типичные» различия полов, как, например, высокий рост, больший вес, мускульная масса и физическая сила мужчин весьма непостоянны и гораздо меньше связаны с полом, чем было принято думать. Например, женщины из Северо-Западной Европы в целом выше ростом, чем мужчины из Юго-Восточной Азии. На рост и вес тела, а также на физическую силу существенно влияют питание и образ жизни, которые, в свою очередь, находятся под влиянием общественных взглядов на то, кому – мужчинам или женщинам – необходимо давать больше еды, кому нужнее калорийная пища, какие спортивные занятия приемлемы для тех или других.

Помимо биологических отличий между людьми существуют разделение их социальных ролей, форм деятельности, различия в поведении и эмоциональных характеристиках. Антропологи, этнографы и историки давно установили относительность представлений о «типично мужском» или «типично женском»: то, что в одном обществе считается мужским занятием (поведением, чертой характера), в другом может определяться как женское. Отмечающееся в мире разнообразие социальных характеристик женщин и мужчин и принципиальное тождество биологических характеристик людей позволяют сделать вывод о том, что биологический пол не может быть объяснением различий их социальных ролей, существующих в разных обществах. Таким образом возникло понятие *гендер*, означающее совокупность социальных и культурных норм, которые общество предписывает выполнять людям в зависимости от их биологического пола [Кирилина 2000: 142]. Не биологический пол, а социокультурные нормы определяют, в конечном счете, психологические качества, модели поведения, виды деятельности, профессии женщин и мужчин. Быть в обществе мужчиной или женщиной означает не просто обладать теми или иными анатомическими особенностями – это означает выполнять те или иные предписанные нам *гендерные роли.*

Гендер создается (конструируется) обществом как социальная модель женщин и мужчин, определяющая их положение и роль в обществе и его институтах (семье, политической структуре, экономике, культуре и образовании, и др.). *Гендерные системы* различаются в разных обществах, однако в каждом обществе эти системы асимметричны таким образом, что мужчины и все «мужское / маскулинное» (черты характера, модели поведения, профессии и прочее) считаются первичными, значимыми и доминирующими, а женщины и все «женское / фемининное» определяется как вторичное, незначительное с социальной точки зрения и подчиненное. Сущностью конструирования гендера является полярность и противопоставление. Гендерная система как таковая отражает асимметричные культурные оценки и ожидания, адресуемые людям в зависимости от их пола [Серова 2006: 342]. С определенного момента времени почти в каждом обществе, где социально предписанные характеристики имеют два гендерных типа (ярлыка), одному биологическому полу предписываются социальные роли, которые считаются культурно вторичными. Не имеет значения, какие это социальные роли: они могут быть различными в разных обществах, но то, что приписывается и предписывается женщинам, оценивается как вторичное (второсортное). Социальные нормы меняются со временем, однако *гендерная асимметрия* остается. Таким образом, можно сказать, что *гендерная система* – это социально сконструированная система неравенства по полу [Грейдина 2004: 75]. Гендер, таким образом, является одним из способов социальной стратификации общества, который в сочетании с такими социально-демографическими факторами, как раса, национальность, класс, возраст организует систему социальной иерархии [Заботкина 2003: 244].

Кирилина А.В. подчеркивает, что важную роль в развитии и поддержании гендерной системы играет сознание людей [Кирилина 2001: 213]. Конструирование гендерного сознания индивидов происходит посредством распространения и поддержания социальных и культурных стереотипов, норм и предписаний, за нарушение которых общество наказывает людей (например, ярлыки «мужеподобная женщина» или «мужик, а ведет себя как баба» весьма болезненно переживаются людьми и могут вызывать не только стрессы, но и различные виды психических расстройств). С момента своего рождения человек становится объектом воздействия гендерной системы – в традиционных обществах совершаются символические родильные обряды, различающиеся в зависимости от того, какого пола родился ребенок; цвет одежды, колясок, набор игрушек новорожденного во многих обществах также определены его полом. Проведенные Е.И. Горошко исследования показывают, что новорожденных мальчиков больше кормят, зато с девочками больше разговаривают [Горошко 2001: 354]. В процессе воспитания семья (в лице родителей и родственников), система образования (в лице воспитательниц детских учреждений и учителей), культура в целом (через книги и средства массовой информации) внедряют в сознание детей *гендерные нормы*, формируют определенные правила поведения и создают представления о том, кто есть «настоящий мужчина» и какой должна быть «настоящая женщина». Впоследствии эти гендерные нормы поддерживаются с помощью различных социальных (например, право) и культурных механизмов, например, стереотипы в СМИ. Воплощая в своих действиях ожидания, связанные с их гендерным статусом, индивиды на микроуровне поддерживают (конструируют) *гендерные различия* и, одновременно, построенные на их основе системы господства и властвования [там же].

Дифференциация понятий *пол и гендер* означала выход на новый теоретический уровень осмысления социальных процессов. В конце 80‑х годов феминистские исследовательницы постепенно переходят от критики патриархата и изучения специфического женского опыта к анализу гендерной системы. Женские исследования [Земская, Китайгородская, Розанова 1993: 63] постепенно перерастают в *гендерные исследования*, где на первый план выдвигаются подходы, согласно которым все аспекты человеческого общества, культуры и взаимоотношений являются гендерными. В современной науке *гендерный подход* к анализу социальных и культурных процессов и явлений используется очень широко. В ходе гендерных исследований рассматривается, какие роли, нормы, ценности, черты характера предписывает общество женщинам и мужчинам через системы социализации, разделения труда, культурные ценности и символы, чтобы выстроить традиционную гендерную асимметрию и иерархию власти.

Существует несколько направлений разработки гендерного подхода (гендерной теории). К основным теориям гендера, принятым сегодня в социальных и гуманитарных науках, относятся *теория социального конструирования гендера*, понимание гендера как стратификационной категории и интерпретация гендера как культурного символа [Гриценко 2007: 276]. Помимо этого, весьма популярным в отечественных работах остается *псевдогендерный подход*. *Псевдогендерными исследованиями* называются те, где это понятие используется как якобы синоним слова *пол* или как синоним *социополовой роли* [Земская, Китайгородская, Розанова 1993: 53]. Такая ситуация складывается в том случае, когда авторы / исследователи осознанно или неосознанно стоят на *биодетерминистских* позициях, т.е. считают, что биология человека совершенно четко определяет мужские и женские социальные роли, психологические характеристики, сферы занятий и прочее, а слово *гендер* используют как «более современное». Содержательно ситуация не меняется даже тогда, когда *пол* как биологический факт и гендер как социальная конструкция авторами все же различаются, но наличие двух противоположных «гендеров» (мужского и женского) принимается как отражение двух биологически разных полов. Типичным примером социополового, а не гендерного подхода является традиционный вопрос социологов, адресованный только женщинам: «Хотели бы Вы сидеть дома, если бы имели такую материальную возможность?» или пресловутые опросы на тему «Может ли женщина быть политиком?». Псевдогендерными исследованиями являются также и популярные исследования по социологии труда, в которых описание «мужских и женских» профессий или рабочих мест не сопровождается анализом причин и смысла этой дифференциации. С позиций социополового подхода невозможно объяснить, почему подавляющую часть врачей, судей или банковских служащих в СССР составляли женщины, а в Европе и США это были в подавляющей массе мужчины. Ситуация проясняется только тогда, когда с позиций гендерной теории исследователь анализирует, каковы престижность той или иной профессии в обществе и размер оплаты труда. Очевидно, что женщин среди врачей в СССР больше было не потому, что они «от природы более милосердны и склонны к самоотверженности» (как сказали бы биодетерминисты), и не потому, что такова социальная роль представительниц их пола (как сказали бы приверженцы социополовой теории), а потому, что эта работа была низкооплачиваемой (по сравнению, например, с работой в военно-промышленном комплексе) и в целом малопрестижной (например, рабочие имели гораздо больше социальных льгот, чем врачи) [Халеева 2000: 97].

*Теория социального конструирования гендера* основана на двух постулатах: 1) гендер конструируется (строится) посредством социализации, разделения труда, системой гендерных ролей, семьей, средствами массовой информации; 2) гендер конструируется и самими индивидами – на уровне их сознания (т.е. гендерной идентификации), принятия заданных обществом норм и ролей и подстраивания под них (в одежде, внешности, манере поведения и т.д.). Эта теория активно использует понятия гендерной идентичности, *гендерной идеологии*, *гендерной дифференциации* и гендерной роли. *Гендерная идентичность* означает, что человек принимает определения мужественности и женственности, существующие в рамках своей культуры. *Гендерная идеология* – это система идей, посредством которых гендерные различия и гендерная стратификация получают социальное оправдание, в том числе с точки зрения «естественных» различий или сверхъестественных убеждений [Кирилина 1999: 77]. *Гендерная дифференциация* определяется как процесс, в котором биологические различия между мужчинами и женщинами наделяются социальным значением и употребляются как средства социальной классификации [там же]. *Гендерная роль* понимается как выполнение определенных социальных предписаний-то есть соответствующее полу поведение в виде речи, манер, одежды, жестов и прочего. Когда социальное производство гендера становится предметом исследования, обычно рассматривают, как гендер конструируется через институты социализации, разделения труда, семьи, масс-медиа. Основными темами оказываются гендерные роли и гендерные стереотипы, гендерная идентичность, проблемы гендерной стратификации и неравенства.

*Гендер как стратификационная категория* рассматривается в совокупности других стратификационных категорий (класс, раса, национальность, возраст). *Гендерная стратификация* – это процесс, посредством которого гендер становится основой социальной стратификации [Кирилина 2001: 388].

Понимание *гендера как культурного символа* связано с тем, что пол человека имеет не только социальную, но и культурно-символическую интерпретацию. Иными словами, биологическая половая дифференциация представлена и закреплена в культуре через символику мужского или женского начала. Это выражается в том, что многие не связанные с полом понятия и явления (природа, культура, стихии, цвета, божественный или потусторонний мир, добро, зло и многое другое) ассоциируются с «мужским / маскулинным» или «женским / фемининным» началом. Таким образом, возникает символический смысл «женского» и «мужского», причем «мужское» отождествляется с богом, творчеством, светом, силой, активностью, рациональностью и т.д. (и, соответственно, бог, творчество, сила и прочее символизируют маскулинность, мужское начало). «Женское» ассоциируется с противоположными понятиями и явлениями – природой, тьмой, пустотой, подчинением, слабостью, беспомощностью, хаосом, пассивностью и т.д., которые, в свою очередь, символизируют фемининность, женское начало [Гриценко 2005: 198]. Классификация мира по признаку мужское / женское и половой символизм культуры отражают и поддерживают существующую гендерную иерархию общества в широком смысле слова.

В конце 80-х – начале 90-х годов возникла гипотеза «гендерных субкультур», восходящая к работе Гамперца (Gumperz) по исследованию межкультурной коммуникации, а также к более ранним работам по этнологии, этнографии, истории культуры (Borneman, Mead). В трудах Мальца и Боркер (Maltz, Borker) и Таннен (Tannen) принцип межкультурной коммуникации распространен на гендерные отношения.

В этом случае в центре внимания находились процессы социализации. Социализация индивида рассматривалась как присвоение им определенной субкультуры, которой свойственны особые речевые практики, разные в мужской и женской среде. В детском и подростковом возрасте люди вращаются преимущественно в однополых группах, образуя субкультуры и усваивая свойственный им речевой этикет, что, на взгляд сторонников гипотезы, во взрослом возрасте ведет к непониманию и речевым конфликтам, которые приравниваются к межкультурным [Каменская 2001: 184].

Гипотеза гендерных субкультур обусловила появление понятия гендерлект – постоянного набора признаков мужской и женской речи. Однако работы последних лет все четче показывают, что говорить о гендерлекте неправомерно (Кирилина, Стернин). Роль субкультурного фактора в этом случае сильно преувеличена. Различия в мужской и женской речи не столь значительны, не проявляют себя в любом речевом акте и не свидетельствуют, что пол является определяющим фактором коммуникации, как это предполагалось на начальном этапе развития феминистской лингвистики. Установлено также, что один и тот же человек в разных коммуникативных ситуациях обнаруживает и различное речевое поведение, что получило название переключение кода. Изучение коммуникации лиц одного пола, но разного социального и профессионального статуса также обнаружило ряд различий. Так, речевое поведение любого лица дома и на работе, в знакомой и новой обстановке различно. Вместе с тем, сегодня наука не отрицает существования некоторых стилевых особенностей, свойственных преимущественно мужчинам или преимущественно женщинам в рамках четко очерченной ситуации общения. При этом считается, что они возникают под влиянием как социокультурных (например, употребление женщинами ругательств осуждается больше, чем мужская брань), так и биологических и гормональных факторов [Городникова 2001: 120]. Наиболее перспективным и обоснованным направлением изучения мужской и женской речи в настоящее время считается изучение стратегий и тактик речевого поведения мужчин и женщин в различных коммуникативных ситуациях с обязательным учетом культурной традиции данного общества. Широко распространена также точка зрения, что женщины употребляют больше уменьшительных суффиксов и вежливых форм, чаще называют партнера по коммуникации по имени и в целом используют больше контактоустанавливающих речевых действий. Труды по изучению мужских и женских ассоциаций также дают основания предполагать некоторые различия в мужской и женской ассоциативной картине мира [Горошко 2001: 276]. Причины различий в настоящее время остаются дискуссионным вопросом, в обсуждении которого сталкиваются био- и социодетерминистская точки зрения.

Итак, мы видим, что понятие *гендер* обозначает, в сущности, и сложный социокультурный *процесс* формирования (конструирования) обществом различий в мужских и женских ролях, поведении, ментальных и эмоциональных характеристиках, и сам *результат* – социальный конструкт гендера. Важными элементами создания гендерных различий являются противопоставление «мужского» и «женского» и подчинение женского начала мужскому началу.

Современная гендерная теория не пытается оспорить существование тех или иных биологических, социальных, психологических различий между конкретными женщинами и мужчинами. Она просто утверждает, что сам по себе факт различий не так важен, как важна их социокультурная оценка и интерпретация, а также построение властной системы на основе этих различий. *Гендерный подход* основан на идее о том, что важны не биологические или физические различия между мужчинами и женщинами, а то культурное и социальное значение, которое придает общество этим различиям. Основой *гендерных исследований* является не просто описание разницы в статусах, ролях и иных аспектах жизни мужчин и женщин, но анализ власти и доминирования, утверждаемых в обществе через гендерные роли и отношения.

**1.1 Зарождение гендерной концепции**

Во второй половине ХХ века появление новых социально-философских теорий происходило параллельно с демократизацией западного общества. Студенческая революция 1968 года, активизация феминизма способствовали ускоренному распространению целого ряда идей. К их числу относится и осознание социально-культурной обусловленности пола. «Новое женское движение» в США, вступившее в борьбу с патриархатом, стимулировало научное осмысление гендерной концепции и в значительной степени способствовало ее распространению в целях политической борьбы. С конца 60-х годов ХХ века в языкознании (главным образом в США и Германии) возникает направление, названное феминистской критикой языка, или *феминистской лингвистикой*. Это направление существует и сегодня, но в более взвешенном состоянии, пройдя типичную для начального этапа «алармистскую» стадию, когда высказывались радикальные утверждения, многие из которых впоследствии не подтвердились или подтвердились частично [Любимова 2001: 75].

Феминистская лингвистика подвергла критике язык за его андроцентричность.

Гендерная асимметрия в языке (андроцентризм языка, фаллологоцентризм) – неравномерная представленность в языке лиц разного пола, которая отмечена феминистской критикой языка, а также ведущими постмодернистскими теоретиками. Идеология феминизма часто рассматривается как одна из составляющих постмодернистской философии. Отсюда – ее повышенный интерес к феноменам языка: язык фиксирует картину мира с мужской точки зрения, поэтому он не только антропоцентричен (ориентирован на человека), но и андроцентричен (ориентирован на мужчину): язык создает картину мира, основанную на мужской точке зрения, от лица мужского субъекта, с точки зрения мужской перспективы, где женское предстает главным образом в роли объекта, в роли «Другого», «Чужого» или вообще игнорируется [Шевелева 2003: 196].

Выделяются следующие признаки андроцентризма:

1. Отождествление понятий человек и мужчина. Во многих языках Европы они обозначаются одним словом: man в английском, homme во французском, Mann в немецком.

2. Имена существительные женского рода являются, как правило, производными от мужских, а не наоборот. Им часто сопутствует негативная оценочность. Применение мужского обозначения к референту-женщине допустимо и повышает ее статус. Наоборот, номинация мужчины женским обозначением несет в себе негативную оценку.

3. Существительные мужского рода могут употребляться неспецифицированно, то есть для обозначения лиц любого пола. Действует механизм «включенности» в грамматический мужской род. Язык предпочитает мужские формы для обозначения лиц любого пола или группы лиц разного пола. Так, если имеются в виду учителя и учительницы, достаточно сказать «учителя». Таким образом, согласно феминистской критике языка, в массе случаев женщины вообще игнорируются языком.

4. Согласование на синтаксическом уровне происходит по форме грамматического рода соответствующей части речи, а не по реальному полу референта.

5. Фемининность и маскулинность разграничены резко и противопоставлены друг другу, в качественном (положительная и отрицательная оценка) и в количественном (доминирование мужского как общечеловеческого) отношении, что ведет к образованию гендерных асимметрий [Анищенко 2003: 285].

Эта тематика особенно подробно разработана на материале английского и немецкого языков. Начавшееся позднее изучение гендерной асимметрии других языков дает основания предполагать неодинаковую степень андроцентризма разных языков [Кирилина 2001: 364].

Андроцентризм языка связан с тем, что язык отражает социальную и культурную специфику общества, в том числе и мужское доминирование, большую ценность мужчины и ограниченную частной сферой деятельность женщины.

Таким образом, язык был обвинен в сексизме – дискриминации по признаку пола, которой подвергаются женщины. Феминистская лингвистика открыто провозглашала свою политическую ангажированность и стремление не только вскрыть следы патриархата и сексизм языка, но и преодолеть их, реформировав язык. В основе рассуждений лежала гипотеза лингвистической относительности Сепира-Уорфа: язык структурирует и направляет мышление, поэтому сознание человека в значительной мере определяется особенностями языка. Феминистская лингвистика предложила многочисленные рекомендации по реформированию языка [Цит. по: Кирилина 1999: 74].

Алармистский этап постепенно сменился более взвешенным подходом. Наряду с изучением дискриминации женщин в языке возникли другие направления исследований: социолингвистическое, психолингвистическое, лингвокультурологическое изучение гендера. Особое направление составляют мужские исследования (men studies), призванные дать ответ на вопросы, как конструируется обществом мужественность, какие типы мужественности существуют в данной культуре в данное время, как это сказывается на поведении людей, каковы нормы и требования к мужчинам и т.п.

Все эти направления, за исключением последнего, возникшего несколько позже, развивались почти в одно время, воздействуя друг на друга. Например, социолингвистические труды В. Лабова в семидесятые годы представили важное доказательство социальной природы гендерных различий в использовании языка. Вывод Лабова имел чрезвычайно важное значение, так как он опровергает гипотезу природной обусловленности различий в речи и использовании языка у мужчин и женщин. Лабов показал, что различия в произношении не носят абсолютного характера. Существует лишь более высокая вероятность того, что один вариант предпочтут женщины, а другой – мужчины. При этом предпочтительность зависит от социальной группы, общественных ожиданий и других социальных, а не природных факторов [Цит. по: Хакимова 2005: 198].

Признание приоритета языка привело к так называемому «лингвистическому повороту» в гуманитарных науках – истории, социологии, антропологии и др. Язык при таком подходе рассматривается как средство доступа к знанию о нелингвистических феноменах

Смена взгляда на объект потребовала и новых методов, к числу которых относятся, в частности, контент-анализ, этнографические методы, психоаналитический анализ текста (глубинная герменевтика), квантитативно-эвристический анализ текста, нарративная семиотика, критический анализ дискурса и др. Появляются новые источники анализа: от исследования художественного текста ученые приходят, с одной стороны, к изучению дембельских альбомов и дневников подростков, речи профессиональных сообществ, мужчин и женщин, субкультур, малых групп и – с другой – к описанию различных видов институциональной коммуникации, лингводиагностике и многим другим направлениям, цель которых – получение информации о говорящем субъекте [Серова 2006: 74].

Сегодня можно говорить о существовании собственно гендерных исследований, изучающих оба пола, а точнее – процесс социального конструирования различий между полами. Гендер считается институционализованным и ритуализованным социокультурным конструктом – одним из параметров социальной идентичности индивида. Общественные институты (армия, школа, церковь и т.д.) поддерживают различия, придают им статус нормы и интерпретируют как природно обусловленные. Общественные ритуалы также создают гендерную асимметрию – в одежде, повседневном обиходе и символике. Гендер как продукт культуры отражает представления народа о женственности и мужественности, зафиксированные в фольклоре, сказках, традициях и, разумеется, в языке. В коллективном сознании присутствуют гендерные стереотипы – упрощенные и заостренные представления о свойствах и качествах лиц того или иного пола [Любимова 2001: 178].

В самом общем плане исследование гендера в языкознании касается двух групп проблем.

1. Язык и отражение в нем пола. Цель такого подхода состоит в описании и объяснении того, как манифестируется в языке наличие людей разного пола (исследуются в первую очередь номинативная система, лексикон, синтаксис, категория рода и т.п.), какие оценки приписываются мужчинам и женщинам и в каких семантических областях они наиболее заметно / отчетливо выражены.

2. Речевое и в целом коммуникативное поведение мужчин и женщин, где выделяются типичные стратегии и тактики, гендерно специфический выбор единиц лексикона, способы достижения успеха в коммуникации, предпочтения в выборе лексики, синтаксических конструкций и т.д. – т.е. специфика мужского и женского говорения.

При изучении речевого и в целом коммуникативного поведения также учитывается гендерный фактор. Однако в последние годы его роль не считается столь радикальной, как это было на начальном этапе. Гендер рассматривается как один из параметров, при помощи которого в общении конструируется социальная идентичность говорящего. Как правило, он взаимодействует с другими параметрами – статусом, возрастом, социальной группой и т.п. В науке пока не сложилось единой концепции исследования гендера в коммуникации. Одной из наиболее известных работ в этой области стал труд Деборы Таннен «Ты меня просто не понимаешь. Женщины и мужчины в диалоге». Автор анализирует коммуникативные неудачи в общении лиц разного пола и объясняет их разными требованиями, предъявляемыми обществом к мужчинам и женщинам, а также спецификой социализации в детском и подростковом возрасте, когда общение происходит преимущественно в однополых группах. Под воздействием этих факторов у мужчин и женщин вырабатываются разные мотивы поведения, разные стратегии и тактики общения. Речевое поведение мужчин, как правило, нацелено на достижение и сохранение независимости и высокого статуса. От женщин общество ожидает неконфликтности, уступчивости, эмоциональности. Эти различия ведут, согласно концепции Д. Таннен, к различиям в целях общения и в интерпретации высказываний. Одни и те же высказывания могут интерпретироваться с позиции статуса или с позиции поддержания взаимосвязи, солидарности и помощи. Произнося одни и те же фразы, мужчины и женщины могут руководствоваться разными мотивами и по-разному интерпретировать слова собеседника. Например, оказание помощи можно истолковать как проявление солидарности и укрепление взаимосвязи. Но можно увидеть в помощи и намек на то, что помогающий (-щая) демонстрирует свое превосходство и пытается доминировать в отношениях. Кроме того, в каждой культуре существуют традиции и ритуалы общения, не одинаковые для мужчин и женщин. Так, во время застолья слово чаще предоставляется мужчинам. Вряд ли женщина исполнит роль тамады. В этой связи Д. Таннен говорит о гендерлекте – социально и культурно обусловленных особенностях общения мужчин и женщин [Цит. по: Халеева 2000: 74]. Теория гендерлекта не нашла общей поддержки в лингвистике, однако надо признать, что модель, разработанная Д. Таннен, обладает объяснительной силой, о чем свидетельствует высокая популярность этого труда – он переведен более чем на 30 языков и постоянно переиздается.

Большой интерес представляет исследование гендера в профессиональной коммуникации. Так, в результате длительной работы немецких лингвистов по исследованию гендерной специфики профессионального общения установлено, что мужчины и женщины обнаруживают тенденции к разным стилям ведения полемики. Мужчины реже соглашаются с критикой, чаще прибегают к иронии, ссылкам на авторитеты, используют меньше речевых средств, выражающих неуверенность, и в результате производят впечатление более компетентных и уверенных в себе и своей правоте специалистов, т.е. более успешно добиваются так называемого «статуса эксперта» [Шевелева 2003: 96].

**1.2 Гендерные исследования в России**

Возникновение гендерных исследований в отечественной лингвистике датируется обычно серединой девяностых годов ХХ века. Именно в этот период в российской научной литературе появился термин гендер, и отечественному читателю стали доступны зарубежные теоретические труды по гендерной проблематике.

Отечественное языкознание, однако, не игнорировало проблему пола, а рассматривало ее (еще до возникновения термина гендер) в рамках других лингвистических дисциплин. Эти исследования не были системными, не претендовали на статус научного направления и не были связаны с теорией социального конструктивизма, но отечественные ученые внесли свой вклад в разработку проблематики, позднее обнимаемой гендерными исследованиями. Отличительная черта российских исследований – имплицитное допущение социальной обусловленности многих явлений, отражающих взаимосвязь пола и языка, что, по всей видимости, связано с господством в советский период марксистской теории.

Изучалось общение в семьях московской интеллигенции [Земская Е.А., Китайгородская М.А., Розанова Н.Н.]. Авторы пришли к следующим выводам (подчеркнув, что они являются результатом отдельных, первоначальных наблюдений, требующих дальнейшей разработки):

– типическая черта построения текста, свойственная женщинам, – включение в ход разговора тематики, которую порождает обстановка речи, действия, которые производят говорящие, и т.п. Переключение тематики связано не с полом женщин, а скорее с их социальными, семейными и т.п. ролями, например с ролью хозяйки дома;

– мужчины переключаются тяжелее, проявляя некоторую «психологическую глухоту» – увлекаясь обсуждаемой темой, не реагируют на реплики, с ней не связанные;

– женщины чаще ссылаются на личный опыт и приводят примеры конкретных случаев из опыта ближайшего окружения;

– в мужской речи отмечаются также терминологичность, стремление к точности номинаций, более сильное влияние фактора «профессия» (считается, что мужчины больше говорят о работе), большая, по сравнению с женской, тенденция к использованию экспрессивных, особенно стилистически сниженных средств, намеренное огрубление речи.

К типичным чертам женской речи авторы относят гиперболизованную экспрессивность (жутко обидно; колоссальная труппа; масса ассистентов) и более частое использование междометий типа ой!

Ассоциативные поля в мужской и женской речи соотнесены с разными фрагментами картины мира: спорт, охота, профессиональная, военная сфера (для мужчин) и природа, животные, окружающий обыденный мир (для женщин).

У женщин заметна тенденция к интенсификации прежде всего положительной оценки. Мужчины более выраженно используют отрицательную оценку, включают стилистически сниженную, бранную лексику и инвективы.

В качестве главного вывода авторы указывают на отсутствие резких «непроходимых» границ между мужской и женской речью в русском языке. Отмеченные ими особенности мужской и женской речи определяются как тенденции употребления. «Нередки случаи, когда те или иные явления, обнаруженные в речи мужчин и женщин, связаны с особенностями их психического склада, характера, профессии, роли в социуме, но не с различием по полу» [Земская, Китайгородская, Розанова 1993: 56].

Характерной чертой советской, а затем российской лингвистической гендерологии можно назвать практическую направленность исследования мужской и женской речи: большое количество трудов связано с потребностями криминалистической экспертизы [Потапова 2001: 34]. Они сосредоточены на диагностике и установлении идентификационных признаков мужской и женской речи. Наиболее значима для этого вида исследований разработка методик установления имитации речи лица противоположного пола. Выясняется, каким образом можно установить сам факт имитации, какие признаки текста позволяют установить фальсификацию. Очевидно, что для решения этой задачи необходимо иметь четко верифицируемый набор признаков мужской и женской речи. Так, Т.В. Гомон считает: «Чтобы прийти к выводу о факте имитации речи лица другого пола, нужно установить, какой комплекс классификационных признаков (идентификационных характеристик) женской и мужской речи является броским, часто встречающимся и легко поддающимся имитации, а каким признакам подражать сложнее, что обусловлено глубинными процессами порождения речи и не может быть спрятано, замаскировано» [Цит. по: Кирилина 2001: 97]. Автор выделяет комплекс поверхностных и глубинных признаков мужской и женской речи. К поверхностным относится компетентное описание фрагментов действительности, где традиционно главенствуют женщины: приготовление пищи, ориентация в проблемах моды, воспитания, домашнего хозяйства (подчеркнем, что причины такого разделения труда не рассматриваются как нерелевантные), – или мужчины: ремонт техники, домашний труд при помощи слесарных и подобных инструментов, знание спортивных команд и т.п. Такие признаки могут быть относительно легко сфальсифицированы. Общим же глубинным признаком имитации автор считает «наличие в тексте, составленном от лица женщины (мужчины), характеристик, в большей мере отражающих психолингвистические навыки мужской (женской) письменной речи». К ним автор относит:

Мужская письменная речь:

– использование армейского и тюремного жаргона;

– частое употребление вводных слов, особенно имеющих значение констатации: очевидно, несомненно, конечно;

– употребление большого количества абстрактных существительных;

– употребление при передаче эмоционального состояния или оценки предмета или явления слов с наименьшей эмоциональной индексацией; однообразие лексических приемов при передаче эмоций;

– сочетания официально и эмоционально маркированной лексики при обращении к родным и близким людям;

– использование газетно-публицистических клише;

– употребление нецензурных слов как вводных и однообразие используемых нецензурных слов, а также преобладание нецензурных инвектив и конструкций, обозначающих действия и процессы, а также преобладание глаголов активного залога и переходных;

– несоответствие знаков препинания эмоциональному накалу речи.

Женская письменная речь:

– наличие множества вводных слов, определений, обстоятельств, местоименных подлежащих и дополнений, а также модальных конструкций, выражающих различную степень неуверенности, предположительности, неопределенности (может быть, по-видимому, по-моему);

– склонность к употреблению «престижных», стилистически повышенных форм, клише, книжной лексики (испытывал чувство гадливости и брезгливости; резкий разговор; силуэты подростков);

– использование коннотативно нейтральных слов и выражений, эвфемизмов (нецензурно выражался вместо матерился; в нетрезвом виде вместо пьяный);

– употребление оценочных высказываний (слов и словосочетаний) с дейктическими лексемами вместо называния лица по имени (эта сволочь; эти подонки);

– большая образность речи при описании чувств, многообразие инвектив и их акцентуация при помощи усилительных частиц, наречий и прилагательных [Барышникова 2003: 196].

Таким образом в женской речи отсутствует стертость значения, свойственная мужской речи. Инвективы, как правило, задевают биофизиологические характеристики женщины: внешность, возраст, сексуальность:

– в инвективах высокую частотность обнаруживают зоонимы (пестеря глухая, баран малахольный); преобладают ругательства-существительные и глаголы в пассивном залоге (его напоят самогоном; забирают ее с работы каждый день на тачке);

– высокочастотным является также использование конструкций «наречие + наречие» (слишком безжалостно; очень хорошо), простых и сложносочиненных предложений, синтаксических оборотов с двойным отрицанием; частое использование знаков пунктуации, высокая эмоциональная окраска речи в целом [там же].

Вместе с тем данные о гендерной специфике речевого поведения весьма противоречивы, на что еще в 1974 году указали психологи Маккоби и Джеклин, проанализировавшие практически все имевшиеся на тот момент экспериментальные труды по различиям в речи женщин и мужчин. Сегодня считается, что гендерные особенности должны рассматриваться в сочетании со статусом, социальной группой, уровнем образования, ситуативным контекстом и т.д., а также с учетом меняющейся ситуации в обществе. Например, в японском языке есть культурно закрепленная традиция и ранее обязательная традиция речевых различий между мужчинами и женщинами, что выражается в употреблении разных суффиксов, разных наименований одних и тех же предметов и т.п. Отмечено, однако, что молодые работающие японки отказываются от так называемого «женского языка» и пользуются «мужскими» речевыми средствами [Цит. по: Серова 2006: 151].

С середины девяностых годов ХХ века в отечественной гуманитарной науке начинается бурное развитие собственно гендерных исследований. Первоначально гендерная проблематика увлекла молодых ученых. В лингвистических кругах исследователи отнеслись к ней с большой долей скептицизма, что, возможно, связано с неприятием феминистской составляющей. На начальном этапе научного освоения гендерной проблематики исследования развивались недифферен-цированно, в центре внимания ученых находились общеметодологические вопросы, в частности онтологический статус гендера.

В современной отечественной науке наблюдается большое разнообразие методологических установок в изучении гендера, восходящее к различному пониманию его сущности в дискуссиях сторонников био- и социодетерминистского подходов. Первоначально систематизировались концепции зарубежных ученых, обсуждались возможности применения ряда зарубежных методов и методик на материале русского языка, собирался и обобщался материал отечественных исследований, относящихся к гендерной проблематике. Прагматика и семантика категории рода стали темой ряда диссертационных исследований. Категория рода в русском языке подверглась также психолингвистическому анализу. Иными словами, происходило осмысление пола не только как природного, но и как конвенционального феномена. В контексте такого подхода были сформулированы общие принципы гендерных исследований, важнейший из которых – признание конвенциональности гендера, неодинаково проявляющейся в различных культурных и языковых сообществах на различных этапах их развития.

Сегодня можно утверждать, что в российском языкознании сложилось собственное, несколько отличное от западных течений, научное направление по изучению гендерных аспектов языка и коммуникации – лингвистическая гендерология, или гендерная лингвистика. Свидетельством тому может служить появление значительного количества публикаций по гендерной проблематике на материале не только западных, но и русского и других языков, ранее не подвергавшихся анализу с гендерной точки зрения. Кроме того, регулярно проводятся конференции, семинары и другие научные форумы, появляются периодические издания, создаются научные подразделения, занимающиеся изучением гендера.

Особенность развития гендерных исследований последних лет – это специализация и применение гендерного подхода в области частнонаучных исследований. В лингвистике этот процесс проявляется в первую очередь в росте числа кандидатских и докторских диссертационных исследований по гендерной проблематике. Появились первые в отечественном языкознании монографии, посвященные лингвистическим аспектам гендера.

Одним из признаков укрепления позиций лингвистической гендерологии как самостоятельного научного направления можно считать появление ряда работ методологического характера, в которых поставлен вопрос о применении гендерного подхода в обучении межкультурной коммуникации, рассматриваются проблемы разработки общенаучных подходов к изучению гендера в лингвистике, сформулированы частнонаучные задачи исследования гендерных аспектов языка и коммуникации и перспективы дальнейшего научного поиска. Освещаются терминологические проблемы лингвистической гендерологии: вышел первый «Словарь гендерных терминов» (2002); возрос интерес к лексикографической проблематике гендера, что свидетельствует о повышении уровня теоретической разработанности новой научной дисциплины. Вместе с тем отмечается недостаточная разработанность методологической базы, терминологической системы, специальных методик исследования гендера. Значительную сложность представляет и то обстоятельство, что традиционные гендерные стереотипы оказывают воздействие на сознание исследователя, в ряде случаев влияя на интерпретацию данных. Например, стандартное представление о том, что женщины более эмоциональны, чем мужчины, приводит к тому, что одни и те же формы речевого поведения у мужчин интерпретируются как нейтральные, а у женщин – как эмоциональные [Анищенко 2003: 145].

Все лингвистические исследования гендера взаимообусловлены и взаимодополняемы, тем не менее можно выделить несколько основных направлений развития лингвистической гендерологии в российском языкознании:

социо- и психолингвистическое,

лингвокультурологическое,

коммуникативно-дискурсивное [Кирилина 1998: 126].

В рамках социо- и психолингвистического направления продолжаются интенсивные исследования русского языкового сознания, письменных и устных текстов, в том числе в прикладном аспекте. В области психолингвистических исследований наиболее ярко проявляется полемика по вопросу о примате природного или социального в исследовании взаимосвязи языка и пола. Многие психолингвисты принимают в качестве рабочей гипотезу функциональной асимметрии мозга, подчеркивающую различия в специализации функций полушарий мужского и женского мозга.

Серия экспериментов Е.И. Горошко (автор стоит на позициях биодетерминизма и относится к числу сторонников гипотезы межполушарной асимметрии), в которых применялись методика моделирования и наблюдения, анализ письменных текстов, свободный ассоциативный эксперимент, показала влияние на речевое поведение не только пола, но и возраста, уровня образования и характера социальной активности испытуемых. Эксперименты продемонстрировали, что наименьшие гендерные различия обнаруживаются у лиц с высшим образованием, занятых интеллектуальной деятельностью [Горошко 2001: 235]. Проведен ряд исследований детской речи, в частности по формированию и развитию гендерных различий в речи, языковом сознании детей младшего возраста, детей школьного возраста. И в этом случае обнаруживаются различия в условиях развития речи у мальчиков и девочек. Так, например, с девочками больше разговаривают, более строго пресекают употребление грубой и сниженной лексики [там же: 237].

В рамках лингвокультурологического направления ведутся работы по изучению специфики русских стереотипов фемининности и маскулинности и их функционирования в языке, исследования особенностей отражения русским языком культурных концептов «мужественность» и «женственность» и гендерной метафоры (под которой понимается перенесение всей совокупности свойств, приписываемых культурой мужественности или женственности, на предметы и явления, с полом не связанные, – так, Россия в начале ХХ века описывалась некоторыми европейскими философами в терминах женственности), межкультурной коммуникации, а также сопоставительные исследования на материале русского и других языков.

Отечественные исследователи проблем языка и гендера уделяют много внимания вопросу о гендерных стереотипах и асимметриях, обусловленных андроцентричностью социальных отношений. А.В. Кирилина отмечает, что полученные в ряде исследований данные позволяют сделать вывод о том, что, по крайней мере в некоторых языках андроцентризм не выражен столь отчетливо, но имеет место более яркое проявление общечеловеческого (метагендерного) уровня, что делает необходимым создание такой модели описания человека в языке, которая позволила бы охватить как метагендерный уровень, так и уровень маскулинности или фемининности (собственно гендерный), а также исследовать их соотношение [Кирилина 1998: 196].

При моделировании гендерной концептосферы, отражаемой современным русским анекдотом, обнаружена количественная и качественная асимметрия идентифицирующих признаков гендерно маркированных единиц: мужчина является для русской смеховой культуры прототипическим социальным деятелем, тогда как «женщина часто выступает как дополнительный по отношению к мужчине объект, не нуждающийся в добавочной идентификации».

Вместе с тем анализ русской фразеологии дает противоположные результаты. Как отмечает В.Н. Телия, «для русского обыденного самосознания нехарактерно восприятие женщины как слабого пола и противопоставление ее «сильному полу»: эти сочетания, вышедшие из книжно-романтического дискурса, не стали принадлежностью обиходно-бытового употребления языка» [Телия 1997: 34]. Исследование немецкого и русского фразеологического фонда выявило, что в русском материале образ женщины шире, чем в немецком, не только в количественном, но и в качественном отношении, в нем отражены разнообразные социальные роли, степени родства, этапы жизни женщины, ее разнообразные задачи и умения. Эти выводы находят подтверждение не только в исследованиях на фразеологическом материале, но и в работах по изучению мифологического сознания русских, отраженного, в частности, в русских народных волшебных сказках [Стернин 2003: 176].

На материале русского языка и культуры появились труды по исследованию маскулинности. Анализируются знаки этнокультурной идентичности в рубриках «мужских» журналов; на примере анекдотов советских времен характеризуется национальный и гендерный образ русского военного, представленный типическими героями разных временных периодов – поручиком Ржевским, Чапаевым и Штирлицем. Военный в анекдотах имеет широкую натуру, недалек, но находчив. На материале текстов пособий по бизнесу и интервью исследуется дискурсивная формация (по М. Фуко) «для анализа того, как в разрозненных высказываниях, циркулирующих в дискурсах российского бизнеса, формируется и нормализуется систематическое описание того, что должен собой представлять преуспевающий мужчина» [Халеева 2000: 94]. К числу атрибутов успеха относится высокий уровень дохода, высокий социальный статус, занятость в определенных сферах деятельности, например в финансовом бизнесе.

Новый российский тип зрелой мужественности, как полагают некоторые авторы, отражает понятие мужик. Мужик – серьезный, семейный, умеренно патриотичный мужчина. Выразителем этого типа мужественности О.А. Шабурова считает группу «Любэ» [Цит. по: Халеева 2000: 112]. Наблюдения культуролога совпадают с данными лингвистических работ, где отмечается тенденция к снижению частоты употребления слова «мужчина», повышение частотности и постепенная нейтрализация слова «мужик». Так, в предвыборном дискурсе сочетание «русский мужик» неизменно используется в позитивном смысле, актуализируя потенциальные семы «сильный», «надежный», «свой».

Существенный вклад в разработку лингвокультурологического направления и методологии гендерных исследований внесла сложившаяся в Московском государственном лингвистическом университете научная школа, ученые которой впервые выдвинули и верифицировали ряд гипотез, позволивших переосмыслить ранние положения гендерной теории, что стало возможным благодаря изучению русского и некоторых других языков.

Так, сформулировано положение о неравной степени андроцентризма различных языков и культур, динамический характер лингвистического конструирования гендера и его зависимость от типа дискурса и социальных параметров коммуникации, теоретически обосновано и подтверждено экспериментально наличие гендерных компонентов этнических представлений. Пилотный эксперимент проводился на материале 62 анкет, в основном эксперименте приняли участие 1 079 респондентов. При анализе реакций на стимулы русский, русская прежде всего обращает на себя внимание более положительная оценка русской, чем русского. Реакции респондентов обоего пола подтвердили существование так называемого мифа о русской женщине. В реакциях на стимул русский высока частотность лексики, относящейся к теме «алкоголь» [Горошко 2001: 243].

Лингвокультурологические исследования последних лет демонстрируют, что российскую лингвистику гендер интересует в плане более широкого исследования ментальности, этнокультурной специфики.

В рамках коммуникативно-дискурсивного направления ведется изучение лингвистического конструирования гендера в коммуникативном взаимодействии индивидов в различных видах дискурса, речевого поведения мужчин и женщин с позиций теорий социальной идентичности, коммуникативной адаптации и интеракционизма.

Множественность и изменчивость концептов мужественности и женственности делает возможным манипуляцию этими понятиями в дискурсах массовой коммуникации, например в рекламном, политическом.

Исследования российского рекламного дискурса выявляют гендерные стереотипы, которые используются как инструмент передачи информации об объекте рекламирования и о социальной действительности. Анализ российской рекламы показывает, что, несмотря на попытки нейтрализации гендерного фактора, в современном рекламном дискурсе происходит конструирование образа не только рекламных персонажей, но и самого объекта рекламирования, в соответствии с традиционными представлениями о социальной роли мужчин и женщин.

Исследование дискурса прессы на материале двух хронологических срезов (советская печать тридцатых годов и российская пресса девяностых годов ХХ века) показало, что наблюдаемые в современных СМИ культурные репрезентации пола в рамках дискурсивных практик, выделяемых М. Фуко («истеризация и медикализация женского организма», «педагогизация пола ребенка», «социализация производящего потомство населения», «психиатризация извращенного удовольствия»), не имели места или выражались слабо в предвоенном советском общественном дискурсе, для которого характерны минимальные гендерные асимметрии. Наиболее важной представляется мысль автора о том, что те или иные стороны культурных концептов мужественность и женственность актуализируются в зависимости от экстралингвистических факторов: исторического периода, социального заказа, идеологии [Цит. по: Будаев 2006: 32].

В последние годы наблюдается повышение интереса к изучению политического дискурса, в том числе его гендерных аспектов. Так, в исследовании предвыборного дискурса на материале нижегородских печатных изданий периода выборов мэра рассматриваются способы конструирования «мужского» и «женского» голоса, использование гендерных стереотипов в этом процессе, а также влияние гендерного фактора на формирование позитивного или негативного образа кандидата на выборах. Автор оговаривает: женским / мужским голосом можно считать то, что воспринимается в данном обществе как женский / мужской голос. Тем самым утверждается, что речь идет о лингвистическом конструировании, предопределенном стереотипными представлениями о женском и мужском поведении. Анализируя письма избирателей, автор установил, что в женских преобладают жалобы или просьбы, а в мужских – гнев, критика или оценочные суждения. При этом не считается данностью, что женские письма написаны женщинами, а мужские – мужчинами. Наиболее вероятен коллективный автор – избирательный штаб [там же: 34].

Процессы конструирования гендерной идентичности прослеживаются и на материале текстов художественного дискурса.

Авторы приходят к единому мнению, что различия в моделях мужского / женского речевого поведения проявляются нерегулярно и гендер не является определяющим фактором коммуникации. В то же время в определенных ситуациях речевого общения влияние гендера проявляется в предпочтении одних приемов речевого поведения и блокировании других. При этом подчеркивается, что перенесение поведенческих стереотипов из одной сферы общения в другую может иметь неоднозначные последствия [Халеева 2000: 163].

Гендерные аспекты невербального коммуникативного поведения также вызывают интерес исследователей. Установлено, что на невербальную семиотику гендера влияют особенности тех обществ и культур, к которым мужчины и женщины принадлежат [Городникова 2001: 105].

Отрицание перманентного присутствия категории гендер в языке и речи (коммуникации) – одно из наиболее важных достижений лингвистической гендерологии последних лет. При изучении коммуникации, речевого поведения и других феноменов, связанных с говорением, ученые признают гендер «плавающим» параметром, т.е. фактором, проявляющимся с неодинаковой интенсивностью, вплоть до полного его исчезновения [Хакимова 2005: 95]. Следовательно, коммуникативная ситуация может оказывать глубокое воздействие на дискурс, что подтверждает интерактивную природу конструирования идентичности.

Помимо трудов отечественных исследователей необходимо отметить ряд работ зарубежных русистов, рассматривавших русский язык с точки зрения отражения в нем гендера. Как правило, в них обсуждается соотношение экстралингвистической категории пол и лингвистической категории род, а также связанные с этим вопросы референции. Так, У. Долешаль приходит к заключению, что реальный языковой узус не позволяет во всех случаях прибегать к рекомендациям феминистской лингвистики по политически корректному употреблению языка, и показывает, что препятствием этому является не только отсутствие «доброй воли» говорящих, но и ряд лингвистических причин. Применяя методы когнитивной лингвистики, У. Долешаль связывает морфологические (структурные) закономерности с употреблением языка, доказывая тем самым, что внутренние закономерности языковой системы не во всех случаях могут быть «реформированы» [Цит. по: Серова 2006: 67].

Таковы основные тенденции, наблюдаемые в лингвистической гендерологии. Между рассмотренными направлениями нет четких границ, что обусловлено междисциплинарным характером гендерных исследований. Однако прослеживается более четкая направленность изучения гендерных аспектов языка и коммуникации, которая в дальнейшем может сформироваться в отдельные отрасли исследования гендера как на материале русского языка, так и других языков, ранее в гендерном аспекте не рассматривавшихся.

Анализ научных трудов последних лет свидетельствует о росте интереса к гендерным исследованиям и их интенсивной институционализации и позволяет констатировать изученность некоторых фрагментов языковой системы; изучение же речевого общения находится пока на начальном этапе.

**1.3 Гендерная идентичность**

Гендерная идентичность – базовая структура социальной идентичности, которая характеризует человека (индивида) с точки зрения его принадлежности к мужской или женской группе, при этом наиболее значимо, как сам человек себя категоризирует.

Понятие *идентичность* впервые детально было представлено Э. Эриксоном. С точки зрения Э. Эриксона, идентичность опирается на осознание временной протяженности собственного существования, предполагает восприятие собственной целостности, позволяет человеку определять степень своего сходства с разными людьми при одновременном видении своей уникальности и неповторимости. В настоящий момент рассматривают социальную и личностную (персональную) идентичность (Агеев В.С.; Ядов В.А. и др.). Начиная с 80‑х годов нашего столетия, в русле теории социальной идентичности Тэджфела-Тернера гендерная идентичность трактуется как одна из подструктур социальной идентичности личности (выделяют также этническую, профессиональную, гражданскую и т.д. структуры социальной идентичности) [Барышникова 2003: 134].

Общепринятый подход к анализу процесса формирования идентичности мальчиков и девочек – *теория полоролевой социализации*, которая в последние годы подлежит резкой критике (Грейдина Н.Л.). Кэхилл анализирует опыт дошкольников, используя социальную модель рекрутирования в нормальные гендерные идентичности. Первоначально категоризация осуществляется, выделяя, с одной стороны, ребенка (ему нужен контроль взрослых), с другой стороны – более компетентных мальчиков и девочек. В результате выбор гендерной идентичности осуществляется в пользу предопределенной анатомически половой идентичности [Цит.по: Грейдина 2004: 14].

С точки зрения Л. Колберга, формирование гендерного стереотипа в дошкольные годы зависит от общего интеллектуального развития ребенка, и этот процесс не является пассивным, возникающим под влиянием социально подкрепляемых упражнений, а связан с проявлением самокатегоризации. Дошкольник усваивает представление о том, что значит быть мужчиной или женщиной, затем определяет себя в качестве мальчика или девочки, после чего старается согласовать поведение с представлениями о своей гендерной идентичности [там же]. Теория социального научения, рассматривая механизмы формирования гендерной идентичности, модифицировала основной принцип бихевиоризма – принцип обусловливания. Поскольку взрослые поощряют мальчиков за маскулинное и осуждают за фемининное поведение, а с девочками поступают наоборот, ребенок сначала учится различать полодиморфические образцы поведения, затем – выполнять соответствующие правила и, наконец, интегрирует этот опыт в своем образе Я [там же].

До последнего времени в работах отечественных исследователей, посвященных изучению гендерной идентичности, использовались термины *психологический пол, полоролевая идентичность, полоролевые стереотипы, полоролевые отношения* (Агеев В.С.; Кон И.С.; Репина Т.А.; Коломинский Я.Л., Мелтсас М.Х. и др.). Однако даже близкие, на первый взгляд, понятия (как, например, *гендерная идентичность и полоролевая идентичность*) не являются синонимами [Цит. по: Грейдина 2004: 65].

Гендерная идентичность является более широким понятием, чем полоролевая идентичность, поскольку гендер включает в себя не только ролевой аспект, но и, например, образ человека в целом (от прически до особенностей туалета). Также понятие *гендерная идентичность* несинонимично понятию *сексуальная идентичность* (*гендер* – понятие не столько биологическое, сколько культурное, социальное). Сексуальная идентичность может быть описана с точки зрения особенностей самовосприятия и самопредставления человека в контексте его сексуального поведения в структуре гендерной идентичности [Гриценко 2005: 163].

1. Гендер – это совокупность социальных и культурных норм, которые общество предписывает выполнять людям в зависимости от их биологического пола.

2. Целью гендерного исследования является выявление ролей, норм, ценностей, черт характера, которые общество предписывает женщинам или мужчинам через системы социализации, разделение труда, культурные ценности и символы, чтобы выстроить традиционную гендерную асимметрию и иерархию власти.

3. Существует два направления в разработке гендерной теории: теория социального конструирования гендера и псевдогендерный подход.

4. Гипотеза гендерных субкультур обусловила появление понятия гендерлект – постоянного набора признаков мужской и женской речи.

5. В современной отечественной науке наблюдается большое разнообразие методологических установок в изучении гендера, восходящее к различному пониманию его сущности в дискуссиях сторонников био- и социодетерминистского подходов.

6. В российском языкознании сложилось собственное, несколько отличное от западных течений, научное направление по изучению гендерных аспектов языка и коммуникации – лингвистическая гендерология, или гендерная лингвистика.

**2. Реализация мужского типа речи в глянцевых журналах**

**2.1 Специфика журналов, предназначенных для мужчин**

Все медиапродукты, в частности, ежемесячные иллюстрированные журналы, можно, как правило, разделить на гендерно-нейтральные и гендерно-чувствительные издания, в качестве целевой аудитории которых выступают представители одного пола: мужского или женского. В большинстве случаев гендерно-нейтральными являются специализированные издания, так как они посвящены определенной теме, а не определенному полу. Например, компьютерам, автомобилям, оружию, интерьеру помещений и офисов и т.д. Примерами подобных изданий являются *Автомобиль и сервис*, *Автопанорама: Автозапчасти. Автомобили. Ремонт и сервис. Охрана и страхование. Ценовая экспертиза. Автомобиль и закон*. *Охота*. *Ружье. Оружие и амуниция* и др. В качестве аудитории специализированных журналов выступают «любители», т.е. та группа читателей, которая интересуется тематикой, представляемой в журнале, но не обязательно обладает профессиональной подготовкой в данной области, т. к. эти издания не относятся к группе профессиональных изданий. Также к ним относятся журналы для семейного чтения, например, *Домовой*, *Домашний очаг*, *Караван историй*. Хотя, конечно, определенная гендерная заданность имплицитно присутствует в материалах любого печатного издания.

Гендерно ориентированными издания представляют собой иллюстрированные журналы, материалы которых затрагивают «все» сферы мужской / женской жизни: профессиональная карьера, сексуальные взаимоотношения, мода, путешествия и пр. К этому типу относятся издания, в рамках которых происходит непосредственное формирование и репрезентация представления о мужественности и / или женственности, релевантных современной гендерной культуре, о формах и способах представления аутентичной маскулинности и / или фемининности, «идентификационной системы», посредством которой возможна самопрезентация к качестве «настоящего» мужчины или «настоящей» женщины. Гендерная направленность журналов, приписываемых к данной категории, находит свое выражение, как в самом названии издания, например, *Андрей. Первый русский журнал для мужчин*, *Товарищ. Журнал мужских развлечений*, *Баловень судьбы. Журнал для любознательных и оптимистичных мужчин*, *Она* и др.

При анализе гендерных репрезентаций, представленных на страницах иллюстрированных журналов, достаточно важной представляется *технология* создания образов мужественности и женственности, иными словами то каким образом, при помощи каких дискурсивных средств производятся нормативные образцы. Гендерно-ориентированные иллюстрированные журналы, т.е. журналы для мужчин или для женщин являются не только трансляторами гендерной культуры общества, репрезентируя образы аутентичной мужественности и / или женственности, стратегии поведения и модели взаимоотношений как между полами, так и внутри одного пола, но и создателями «нового взгляда» или «нового образа» современного мужчины и / или женщины. Можно предположить, что одной из задач этих изданий является попытка формирования идентификационной системы, «корпоративного стандарта» для настоящих мужчин и женщин, следование которому поможет реальным людям в повседневной жизни презентировать себя в качестве представителя символической общности «настоящих» мужчин и женщин, определенной среды. Иными словами, цель мужских и женских журналов – формирование гендерных стереотипов, характерных для данного социума; составление и тиражирование предписаний относительно того, что значит бы «настоящим мужчиной» и / или «настоящей женщиной» в том или ином обществе.

Язык СМИ, являясь авторитетным источником информации языкового характера для большинства людей, оказывает сегодня огромное влияние на динамику языкового развития и формирование языковых норм.

2.2. Реализация мужского типа речи в интервью

В данной работе в качестве материала для исследования мужской речи мы выбрали такие журналы, как Marie Claire, Elle, а также Label France и GQ, где встречается большое количество интервью с мужчинами, что позволяет выявить основные особенности оформления их речи.

Анализ речи мужчин показал, что она отличается от женской на всех трех уровнях языка: грамматическом, лексическом и стилистическом.

**2.2.1 Лексический аспект исследования**

В ходе исследования было выявлено, что темы разговоров, предлагаемые мужчинами, касаются их профессиональной деятельности, т.е. в мужской речи, по сравнению с женской, обнаруживается более сильное влияние фактора «профессия». Это проявляется, в частности, в тенденции широкого употребления при непринужденном общении профессиональных терминов. Особенно это касается лиц, занимающихся актерским мастерством: певцов, танцоров, актеров, режиссеров, которые очень любят говорить о своем творчестве. Например, один из известных режиссеров, актеров, Джордж Клуни рассказывает о съемке фильма в Чероки. Мы видим, что его высказывание носит развернутый характер, т. к. он упоминает не только саму съемку фильма, но и затрагивает сюжет.

*«Pendant le tournage, nous avons eu le sentiment que, quand le film sortirait en salles, les spectateurs allaient le juger en fonction de la situation du moment en Irak: comment réussir ou foirer complètement une occupation? Mais ce n’est pas le sujet. Le parallèle intéressant est plutôt sur la manière dont les alliés ont amnistié des criminels de guerre. Même si en Irak ce n’est plus le cas…»* [Marie Claire 2007: 60].

По-видимому, можно говорить о более активном использовании мужчинами багажа профессиональных знаний вне сферы профессионального общения. В свою очередь это может служить косвенным свидетельством более высокого статуса профессиональной роли в наборе социальных ролей у мужчин по сравнению с женщинами. Мужчины предпочитают говорить о спорте, автомобилях, охоте, они малое место уделяют разговорам о любви, семье, детях. Слова Джорджа Клуни доказывают, что мужчины больше, чем женщины, уделяют внимания карьере:

*«Qui accepterait de partager la vie d’un type qui pense davantage à ses films qu’à l’amour? J’aime trop les femmes pour leur imposer ça. Je connais mes limites et je ne voudrais pas faire souffrir quelqu’un parce que mon bonheur est dans mon travail»* [Marie Claire 2007: 60].

Мужчины не любят говорить о своем внутреннем мире, по сравнению с женщинами они более скрытны. Например, на вопрос журналиста «Quel est votre caractère?» – «Каков ваш характер?» Дэвид Холлидей, актер, ответил несколькими короткими предложениями, не раскрывающими вопрос, не дающими полного представления о характере данной личности:

*«Je suis un faux calme. Je garde tout à l’intérieur. Je ne montre rien, j’ai appris à me préserver comme ça»* [Marie Claire 2005: 60].

Мужчины часто употребляют местоимение «ça», которое замещает все другие местоимения:

* *Quand ça foire, tout le monde rigole* [GQ 2008:133].
* *L’explication est simple: je marche en canard, donc forcement, ça aide* [там же].
* *Ça devient un style parce que tu porte ce que tu veux* [Marie Claire 2007: 135].

*– En grandissant l’ai vu que mon père faisait toujours attention à ce que la chemise dépasse de «ça» (il mime) de la manche de la veste* [там же: 136].

Обогащение словарного запаса у мужчин происходит за счет использования неологизмов или заимствований из английского языка:

*– Quelqu’un du show-biz. Je suis assez roots* [Marie Claire 2007: 60]

– *Elle est super cool, cette fille* [Marie Claire 2006: 60]

– *J’aime bien aller à des concerts ou dans un pub avec mes portes pour rigoler et boire des bières* [GQ 2008: 60].

Также встречаются высказывания на латинском языке:

*– Ma devise serais plutôt «fluctuat nec mergitur»* [Marie Claire 2007: 72].

При анализе выбора лексики мужчинами обнаруживается также очень малое количество оценочных прилагательных, эпитетов.

Если женщины для выражения своих эмоций, своего отношения к предмету разговора использует паралингвистические средства и интонацию, то мужчины – номинативные лексические единицы. Например, речь мужчин практически всегда насыщена вводными словами и наречиями:

* *Est-ce qu’avec le temps, vous arriviez à décrire votre style de jeu?*
* *Franchement, non. A vrai dire, je n’y pense même pas… Après, le jeu varie en fonction des matchs. Parfois, il ne faut que deféndre. Et il faut vraiment le faire si c’est le seule moyen d’aider l’éuipe. Après, mon style* [GQ 2008: 133].

Женщины для придания степени выделенности тому или иному предмету, для привлечения к нему внимания слушающего используют интонацию, а мужчины – обороты *«c’est qui и c’est que»*, то есть лексические средства:

* *Mais ce que j’aimerais expliquer aux gens c’est que ce n’est pas venu du jour au lendemain* [Marie Claire 2008: 133].
* *Aux Etat-Unis, ils ont le principe de retirer le numéro du maillot d’un joueur qui a marqué l’histoire du club. C’est une mentalité qui me parle* [Marie Claire 2007: 136].
* *Le football est une expérience permanente à l’échelle du monde. Pendant que les uns se soutiennent, d’autres ne pensent qu’à leur gueule. C’est ceux-là qui gagnent, généralement* [GQ 2008: 138].
* *Le style anglais en fait, s’est qu’il n’y en a pas* [Marie Claire 2007: 136].
* *C’est quelqu’un que j’admire beaucoup et comme j’ai grandi en écoutant du rap et du hip-hop, c’était quelque chose d’à part* [GQ 2008: 136].

Следующим средством выделения предмета в мужской речи является реприза, с помощью которой говорящий также конкретизирует:

* *Jeff ei moi, nous avons toujours pensé que le football était une métaphore de la société* [GQ 2008: 138].
* *Tony, il a grandi en France, mais il a une mentalité a’Américain* [Marie Claire 2005: 136].
* *Moi, il ne m’a pas choqué* [Marie Claire 2007: 136].

**2.2.2 Стилистический аспект исследования**

Речь женщин более эмоциональна, экспрессивна, тогда как в мужской речи чаще присутствует стилистически нейтральная оценочная лексика. Например, девушка, рассказывая о своем свидании, использует стилистически окрашенную лексику, большое количество прилагательных и междометий, а также невербальные средства: жесты и мимику. Все это способствует передаче эмоционально-психологического состояния говорящего. Женщины, как правило, в этом случае идеализируют, представляют все с лучшей стороны. Мужчины редко говорят о своих свиданиях, но если это происходит, их рассказ получается менее динамичным, более предметным. Например, Дэвид Холлидей рассказывает о встрече со своей будущей женой:

*«Je l’ai rencontrée à dîner organisé, ce qui est horrible. On y est allé tous les deux à reculons…On s’est vus, et c’est pour la première fois qu’avec une femme je n’avais aucune barrière… On s’est raconté n’importe quoi, on s’est marré. C’est devenu une copine, et puis finalement, le meilleur copin et la meilleure copine se sont mis ensemble»* [Marie Claire 2005: 60].

Из примера видно, что мужчины характеризуются избирательностью, они в ходе беседы говорят в основном о тех моментах, которые производят большое впечатление на слушающего, вызывают интерес или смех.

Типично для мужской речи также намеренное, часто шутливое огрубление речи, особенно это характерно для тех ситуаций, где обычно проявляются нежные чувства (в разговорах о семье, о любви, о детях), т.е. мужчины под смехом стараются скрыть свою сентиментальность и искренние чувства:

– *Pourquoi se marier cette fois?*

* *C’est tout ce qu’il me restait à offrir (Rire)*
* *Vous vous voyez comme un cadeau…*
* *Non, mais je ne me prends pas pour un merde non plus! (Rire) En fait, nous nous connaissions depuis quatre ans et je me sentais prêt à un réel échange. Avant, je ne savais pas* [Marie Claire 2007: 44].

Мужской речи, по сравнению с женской, свойственна тенденция к использованию сниженной фамильярной лексики:

* *Il peut tout jouer, être crédible en voyou ou en flic, en ouvrier ou en écrivain, en gigolo ou en prof* [Marie Claire 2005: 43].
* *Je ne crache pas sur tout ce que je possèje l’apprécie émais si demain je perdais tout, ce ne serait pas grave* [Marie Claire 2006: 60].
* *On me voit comme un mec gentil. Je ne suis pas quelqu’un de méchant, mais disons que je suis plutôt poli. Je pense que le public me respecte parce que je suis pudique. Ce n’est pas ma nature d’aller choper le dernier téléphone portable gratos à une soirée people* [Marie Claire 2007: 57].

То, что разговорный стиль свойственен мужской речи, доказывают нижеприведенные примеры:

*– Houla, c’est louche, qu’est-ce qu’il a mis là?* [Marie Claire 2006: 136].

*– Tu as remarqué que les joueurs pros ont toujours l’air plus vieux que le pékin moyen* [Marie Claire 2005: 138].

*– C’est con ce que tu dis* [Marie Claire 2008: 138].

*– Tu devrais moins picoler, tu dirais moins de conneries* [Marie Claire 2007: 137].

*– Quand je vais à Las Angeles j’aime bien me balader sur Melrose Avenue* [GQ 2008: 136].

Иногда мужчины для придания экспрессивности своему высказыванию прибегают к использованию метафор. По мнению ученых, это помогает лучше раскрыть их внутренний мир:

*– Monaco, il voudrait qu’on n’en parle pas car ce pourrait encore être une image fallocieuse, c’est la terre de sa seconde femme, le lieu de son principal pied-à-terre* [Marie Claire 2005: 55].

**2.2.3 Грамматический аспект исследования**

Мужчины стремятся к эллиптичности своего высказывания, исключая из своей речи многие слова, они стараются передать больше информации за короткий промежуток времени, для этого мужчины прибегают к использованию усеченных слов: апокопы, если усекается последняя часть слова, или же аферезы, если усекается начальная часть. Апокопы более распространены:

* *Je retrouve mes vieux copains dans un petit restau thaï fréquenté par tous les groupes sur Sunset Boulevard* [GQ 2008: 60]
* *Avez-vous pris du plaisir à interpréter ce personnage?*
* *En fait, j’aurais adoré être psy* [Marie Claire 2007: 60].

Также встречаются эллиптические предложения в интервью, при ответе на вопрос:

*– A quel genre de femme plaisez-vous?*

*– Plutôt rock’n roll et brunes exclusivement* [GQ 2008: 81].

*– Qu’est-ce qu’une femme remarque en premier chez un homme?*

*– Les yeux* [там же].

*– Quel achat avez-vous regretté?*

*– Une chemise trop grande* [там же: 82].

*– A quel genre de femme plaisez-vous?*

*– Réalisatrice, peintre, musicienne, en jean propre et chemise* [там же: 78].

Синтаксическая сторона исследования показывает, что мужчины в ходе разговора прибегают к использованию простых, коротких предложений. Они стремятся к упрощению структуры высказывания. Даже там, где лучше было бы употребить развернутое предложение, мужчины делят его на несколько частей. Так, например, Тьерри Анри на вопрос журналиста: «Voyez-vous un parallèle entre votre style à la ville et votre style sur le terrain?» ответил следующим образом:

* *Je ne sais pas. Tout petit j’ai une vision: essayer d’être parfait. Mais tu n’y arrives jamais. Il y a toujours une faute. Des fois, tu fais la touche de trop. Le truc beau mais qui est de trop. Donc tu peux te faire attaquer là-dessus* [GQ 2008: 133].

Мы видим, что данное высказывание содержит большое количество простых предложений, которые делают речь интервьюируемого прерывистой, так как он после нескольких сказанных слов ставит точку и делает паузу.

Важно подчеркнуть, что для мужчины в ходе коммуникации большое значение имеет упоминание времени места развертывания событий, поэтому он часто начинает свое высказывание с обстоятельства:

* A Monaco, j’ en ai envoyés dans la falaise des ballons avant d’y arriver [Marie Claire 2006: 133].
* *A Chevelard, l’an dernier puor le 4 match de la finale NBA, il a tout de suite sorti le drapeau* [Marie Claire 2007: 136].
* *En Europe, ça aurais été retranscrit ou pris d’une autre façon* [Marie Claire 2005: 136].
* *Là-bas, c’est le truc de l’Americain dream: un mec réussit, m ils sont contents pour lui* [GQ 2008: 136].

**Заключение**

Данная дипломная работа была посвящена изучению специфики реализации мужского типа речи на основе французских глянцевых журналов.

Современная социально-психологическая наука различает понятия *пол* и *гендер* (gender). Традиционно первое из них использовалось для обозначения тех анатомо-физиологических особенностей людей, на основе которых человеческие существа определяются как мужчины или женщины.

Понятие *гендер* означает совокупность социальных и культурных норм, которые общество предписывает выполнять людям в зависимости от их биологического пола. Не биологический пол, а социокультурные нормы определяют, в конечном счете, психологические качества, модели поведения, виды деятельности, профессии женщин и мужчин.

Гендер создается (конструируется) обществом как социальная модель женщин и мужчин, определяющая их положение и роль в обществе и его институтах (семье, политической структуре, экономике, культуре и образовании, и др.).

Понятие *гендер* обозначает, в сущности, и сложный социокультурный *процесс* формирования (конструирования) обществом различий в мужских и женских ролях, поведении, ментальных и эмоциональных характеристиках, и сам *результат* – социальный конструкт гендера. Важными элементами создания гендерных различий являются противопоставление «мужского» и «женского» и подчинение женского начала мужскому началу.

*Теория социального конструирования гендера* основана на двух постулатах: 1) гендер конструируется (строится) посредством социализации, разделения труда, системой гендерных ролей, семьей, средствами массовой информации; 2) гендер конструируется и самими индивидами – на уровне их сознания (т.е. гендерной идентификации), принятия заданных обществом норм и ролей и подстраивания под них (в одежде, внешности, манере поведения и т.д.). Эта теория активно использует понятия гендерной идентичности, *гендерной идеологии*, *гендерной дифференциации* и гендерной роли.

Все лингвистические исследования гендера взаимообусловлены и взаимодополняемы, тем не менее можно выделить несколько основных направлений развития лингвистической гендерологии в российском языкознании: социо- и психолингвистическое, лингвокультурологическое, коммуникативно-дискурсивное.

В практической части дипломной работы рассматривались особенности реализации мужской речи во форанцузских глянцевых журналах.

Язык СМИ, являясь авторитетным источником информации языкового характера для большинства людей, оказывает сегодня огромное влияние на динамику языкового развития и формирование языковых норм.

Анализ речи мужчин показал, что она отличается от женской на всех трех уровнях языка: фонетическом, морфологическом и лексическом. Что касается содержательной стороны, то темы разговоров, предлагаемые мужчинами, касаются их профессиональной деятельности, т.е. в мужской речи, по сравнению с женской, обнаруживается более сильное влияние фактора «профессия». Это проявляется, в частности, в тенденции широкого употребления при непринужденном общении профессиональных терминов. Особенно это касается лиц, занимающихся актерским мастерством: певцов, танцоров, актеров, режиссеров, которые очень любят говорить о своем творчестве.

Типично для мужской речи намеренное, часто шутливое огрубление речи, особенно это характерно для тех ситуаций, где обычно проявляются нежные чувства (в разговорах о семье, о любви, о детях), т.е. мужчины под смехом стараются скрыть свою сентиментальность и искренние чувства.

Мужской речи, по сравнению с женской, свойственна тенденция к использованию сниженной фамильярной лексики.

Мужчины стремятся к эллиптичности своего высказывания, исключая из своей речи многие слова, они стараются передать больше информации за короткий промежуток времени, для этого мужчины прибегают к использованию усеченных слов.

При анализе выбора лексики мужчинами обнаруживается также очень малое количество оценочных прилагательных, эпитетов. Чаще мужчины употребляют существительные и глаголы.

Иногда мужчины для придания экспрессивности своему высказыванию прибегают к использованию метафор. По мнению ученых, это помогает лучше раскрыть их внутренний мир.

Итак, проанализировав речь мужчин, можно отметить, что она действительно отличается от женской практически по всем параметрам изучения.

**Список использованной литературы**

1. Анищенко А.В. О гендерных особенностях реализации эмоциональных реакций // Гендер: язык, культура, коммуникация. Доклады Третьей междунар. конф. «Гендер: язык, культура, коммуникация». М. – 2003 г. – 354 с.
2. Барышникова Г.В. Диахронический аспект гендерной номинации оценки // Гендер: язык, культура, коммуникация. Доклады Третьей междунар. конф. «Гендер: язык, культура, коммуникация». М. – 2003 г. – 354 с.
3. Болдырев Н.Н., Серова И.Г. К лингвистическим обоснованиям понятия гендерной интерпретанты // Филологические науки. – №5. – 2007.
4. Будаев Э.В. Гендерная специфика политической метафорики // Вопросы когнитивной лингвистики. – №1. – Тамбов. – 2006.
5. Городникова М.Д. гендер коммуникативной интеракции // Гендер: язык, культура, коммуникация. Доклады Второй междунар. конф. «Гендер: язык, культура, коммуникация». М. – 2001 г. – 336 с.
6. Горошко Е.И. К вопросу о соотношении количественных и качественных методов анализа данных в лингвистической гендерологии // Гендер: язык, культура, коммуникация. Доклады Третьей междунар. конф. «Гендер: язык, культура, коммуникация». М. – 2003 г. – 354 с.
7. Горошко Е.И. Особенности мужских и женских вербальных ассоциаций (Опыт качественной интерпретации) // Гендер: язык, культура, коммуникация. Доклады Второй междунар. конф. «Гендер: язык, культура, коммуникация». М. – 2001 г. – 336 с.
8. Грейдина Н.Л. Гендерные роли в языке и речи // Форма, значение и функции единиц языка и речи. Мн.: МГЛУ. Ч. 3. 149 с.
9. Гриценко Е.С. асимметрии в гендерной категоризации: языковое конструирование различия // Филология и культура. – Мат-лы VI Междунар. конф. Тамбов, 2007. – 631 с.
10. Гриценко Е.С. Гендер в семантике слова // Гендер: язык, культура, коммуникация. Доклады Третьей междунар. конф. «Гендер: язык, культура, коммуникация». М. – 2003 г. – 354 с.
11. Гриценко Е.С. Язык. Гендер. Дискурс: Монография. – Нижний Новгород: Изд-во ННГУ им. Н.И. Лобачевского, 2005. – 267 с.
12. Есина Е.В. Семантико-прагматический аспект языка французских СМИ (на материале женских журналов). Автореф. дисс. на соискание уч. степени кандидата филолог. наук. – Воронеж, 2006.
13. Заботкина В.И. Гендерная составляющая прагматической интерпретанты знака // Гендер: язык, культура, коммуникация. Доклады Третьей междунар. конф. «Гендер: язык, культура, коммуникация». М. – 2003 г. – 354 с.
14. Земская Е.А., Китайгородская М.А., Розанова Н.Н. Особенности мужской и женской речи в современном русском языке // Русский язык в его функционировании: коммуникативно-прагматический аспект/ Под ред. Е.А. Земской и Д. Шмелева. – М.: Наука, 1993. – 167 с.
15. Каменская О.Л. Теория языковой личности – инструмент гендергетики // Гендер: язык, культура, коммуникация. Доклады Второй междунар. конф. «Гендер: язык, культура, коммуникация». М. – 2001 г. – 336 с.
16. Кирилина А.В. Некоторые итоги гендерных исследований в российской лингвистике // Гендер: язык, культура, коммуникация. Доклады Третьей междунар. конф. «Гендер: язык, культура, коммуникация». М. – 2003 г. – 354 с.
17. Кирилина А.В. Гендер: лингвистические аспекты. – М.: Изд-во «Институт социологии РАН»; 1999. – 180 с.
18. Кирилина А.В. Гендерные аспекты массовой коммуникации // Гендер как интрига познания. Сб. статей. М: 2000. – 190 с.
19. Кирилина А.В. Гендерные исследования в отечественной лингвистике: проблемы, связанные с бурным развитием // Гендер: язык, культура, коммуникация. Доклады Второй междунар. конф. «Гендер: язык, культура, коммуникация». М. – 2001 г. – 336 с.
20. Кирилина А.В. О применении понятия гендер в русскоязычном лингвистическом описании // Филологические науки. – №3. – 2000.
21. Кирилина А.В. Освещение связи языка и пола в истории лингвистики // Теория и методология гендерных исследований. Курс лекций/ Под общей ред. О.А. Ворониной. – М.: МЦГИ – МВШСЭМ – ММФ, 2001. – 416 с.
22. Кирилина А.В. Развитие гендерных исследований в лингвистике // Филологические науки. – №2. – 1998.
23. Любимова Н.В. Гендерные стереотипы сегодня // Гендер: язык, культура, коммуникация. Доклады Второй междунар. конф. «Гендер: язык, культура, коммуникация». М. – 2001 г. – 336 с.
24. Ощепкова Е.С. Стереотипы представления о «мужском» и «женском» текстах в сознании носителей русского языка // Гендер: язык, культура, коммуникация. Доклады Третьей междунар. конф. «Гендер: язык, культура, коммуникация». М. – 2003 г. – 354 с.
25. Потапова Р.К. Мужская и женская речь как объект специального исследования в криминалистике // Гендер: язык, культура, коммуникация. Доклады Второй междунар. конф. «Гендер: язык, культура, коммуникация». М. – 2001 г. – 336 с.
26. Серова И.Г. Гендер как аспект конструирования социальной реальности // Междунар. конгресс по когнитивной лингвистике. – 2006 – Тамбов, 509 с.
27. Серова И.Г. гендер как источник языкового варьирования // Вестник ТГУ. Серия: гуманитарные науки. Вып. 1 (29). 2003. 164 с.
28. Серова И.Г. Гендер как новая область знания // Типы знаний и их репрезентация в языке. – Тамбов, 2007. – 311 с.
29. Серова И.Г. Гендер как фактор когниции и коммуникации // Вопросы когнитивной лингвистики. – №2. – Тамбов. – 2006.
30. Серова И.Г. Гендер. Язык. Ментальность: Монография/ И.Г. Серова; Федер. агентство по образованию, Тамб. гос. ун-т им. Г.Р. Державина, 2006. 217 с.
31. Стернин И.А. Проблема описания гендерного коммуникативного поведения // Гендер: язык, культура, коммуникация. Доклады Третьей междунар. конф. «Гендер: язык, культура, коммуникация». М. – 2003 г. – 354 с.
32. Хакимова Г.Ш. Гендер как составляющая обучения межкультурной коммуникации // Коммуникативно-функциональное описание языка. Сб. науч. статей. Ч. 1. Уфа, 2005. 260 с.
33. Халеева И.И. Гендер как интрига познания // Гендер как интрига познания. Сб. статей. М: 2000. – 190 с.
34. Шевелева Л.В. Гендерный стереотип эмоциональности в речевом поведении субъекта // Гендер: язык, культура, коммуникация. Доклады Третьей междунар. конф. «Гендер: язык, культура, коммуникация». М. – 2003 г. – 354 с.

**Список словарей**

1. Краткий словарь терминов лингвистики текста/ Сост. Т.М. Николаева // Новое в зарубежной лингвистике. Вып. VIII. Лингвистика текста. – М.: Прогресс, 1978. – с. 467–472.

2. Языкознание. Большой энциклопедический словарь/ Гл. ред. В.Н. Ярцева. – 2-е изд. – М.: Большая российская энциклопедия, 1998. – 685 с.

**Список источников фактического материала**

1. GQ. – №4. – 2008. – 236 с.
2. Label France. – №55. – 2004. – 52 c.
3. Label France. – №57. – 2005. – 52 c.
4. Label France. – №62. – 2006. – 52 c.
5. Label France. – №66. – 2007. – 52 c.
6. Label France. – №69. – 2008. – 52 c.
7. Marie Claire. – №3. – 2005. – 436 с.
8. Marie Claire. – №2. – 2006. – 436 с.
9. Marie Claire. – №1. – 2007. – 436 с.
10. Marie Claire. – №6. – 2008. – 436 с.