

ГЕНДЕРНАЯ ИНТЕРПРЕТАЦИЯ ОБРАЗА МУЖЧИНЫ В РУНЕТЕ

В данной статье описывается оригинальный метод определения гендерной специфики интерпретации образа мужчины в современном языковом сознании. В результате сопоставления текстов сообщений на специализированных женских и мужских форумах был реконструирован образ мужчины в женском и мужском языковом сознании, выявлена гендерная симметрия / асимметрия в интерпретации образа мужчины, общие и специфические черты в номинировании лиц мужского пола как на парадигматическом, так и на синтагматическом уровнях, охарактеризованы гендерные стереотипы, существующие в Сети.

Ключевые слова: гендер, образ человека, интернет-дискурс, форум

Введение

Изучение специфики коммуникации в Интернете и особенностей функционирования языка как средства электронного общения сегодня относится к наиболее актуальным и современным областям лингвистики. Не вызывает сомнения, что Интернет – специфическое, пестрое по своему национальному, возрастному, образовательному и другим признакам сообщество людей со своими ценностями, языковой картиной мира, спецификой языкового сознания (коллективного и индивидуального), культурными парадигмами, историей развития и т.д. Как отмечает Е.И.Горошко, именно здесь (в этой мультинациональной, мультиглобальной среде) может быть всесторонне «проявлена» глубина гендерного дисплея, а также «прочувствована» связь гендерного параметра с другими социальными и психофизиологическими составляющими личности пользователя Интернета (Горошко, 2005: 84). Некоторые ученые полагают, что категория «гендер» может приобретать определенную специфичность именно в электронной коммуникации. Так, при опосредовании электронной средой некоторые гендерные особенности коммуникации могут проявляться иначе или же нейтрализоваться, или возникают новые формы, которые не фиксируются при обычном речевом общении (Palomares, 2004; Rodino 1997). Кроме того электронная коммуникация является одной из разновидностей (форм) массовой коммуникации (Галичкина, 2001: 32), а именно в массовой коммуникации наиболее очевидна та или иная акцентуация и динамика гендерного параметра и связанных с ним гендерных стереотипов (Кирилина 2002).

Проблема влияния гендера на виртуальную реальность разрабатывается учеными разных стран. Самым исследованным в этой области стало англоязычное электронное общение в его всевозможных разновидностях. Особое внимание уделяется дискурсу чата (Herring, 1992 - 2003; Cherny, 1994; Savicki, 1996; Rodino, 1997; Brenda, 1998; Crowston, 1998; Trias, 1998; Jaffe, Lee, Huang& Oshagan, 1999; Sussman & Tyson, 2000; Weatherall, 2002; Cameron, Kulick, 2003; Palomares, 2004 и др.) и конструированию гендерной идентичности (Witmer&Katzman, 1997; Colley&Todd, 2002; Rosetti, 2003; O'Brien, 2003). Однако гендерные исследования русскоязычного Интернета пока немногочисленны (Компанцева, 2004; Горошко, 2004, 2005; Митина, А.Е.Войскуновский, 2003; Соколинская, 2004; Бочина, Мифтахова, 2010).

В данной статье излагаются результаты исследования гендерной составляющей мужской и женской речи на материале форумов русскоязычного интернета. Дело в том, что наличие в сети специализированных мужских и женских форумов позволяет установить общее и специфическое в языке мужчин и женщин, выявить гендерную симметрию / асимметрию концептуализации и категоризации мира женщинами и мужчинами. Полагаем, что в электронной среде статусное положение участников или их возраст не столь сильно влияют на гендерную компоненту коммуникации, в отличие от общей коммуникативной задачи, свойственной жанру форумов, которая проявляется в виде названия как самих форумов, так и тем подфорумов.

Как известно, форум (англ. forum) – сообщество пользователей, организованное на каком-либо сайте, специально предназначенном для общения в turn-based mode (пошаговом режиме); то же, что конференция. Форумы характеризуются высокой степенью коммуникативности, нацеленностью на обмен информацией. Основной единицей общения на форуме является сообщение («пост» от англ. post – почта, почтовое отправление), которое может задавать тему коммуникации или же быть ответом на неё. Общение на форумах происходит в асинхронном режиме, поэтому пользователи имеют возможность предварительного обдумывания сообщений, которые нередко отличаются логичным построением, достаточно большим объемом, преобладанием литературной формы языка, нестандартизованностью, субъективностью, оценочностью, непоследовательностью. Общение может останавливаться и возобновляться в любое удобное для пользователей время. Для форумов характерно участие большого количества пользователей, наличие иерархии отношений и установленных правил общения, в том числе частичной цензуры. Темы для обсуждения на форумах изначально задаются пользователями, а возможность их обсуждения сохраняется от нескольких месяцев до нескольких лет.

Все Интернет-форумы можно разделить на три вида: 1) тематические, дифференцированные по интересам, не являющиеся гендерно ориентированными, например, «Моя Казань», «Общий форум», «Компьютерный форум», «Форум любителей Интернет-покупок», «Буддийский форум» и др.; 2) мужские и 3) женские форумы. Именно два последних типа форумов предоставляют лингвистам неоценимый материал для выявления и анализа языковых средств конструирования гендерной идентичности. Немаловажным для научной объективности обстоятельством является и особая форма речи, свойственная Интернет-дискурсу, - «естественная и ситуативно обусловленная разговорная речь в ее письменном выражении» (Кондрашов, 2004: 62). Кроме того, огромное число сообщений разных пользователей делают полученные результаты репрезентативными для социолингвистики.

Цель настоящей работы – описание актуального способа определения гендерной специфики интерпретации образа человека мужского пола в современном языковом сознании, выявление и систематизация непроцессуальных и процессуальных характеристик мужчины, отраженных в языке пользователей русскоязычного Интернета.

Для достижения данной цели необходимо решить следующие задачи:

- сформировать эмпирическую базу исследования, отобрав путем компьютерной выборки сообщения специализированных форумов Рунета, тематически связанных с интерпретацией образа человека мужского пола;
- реконструировать образ мужчины, рассмотрев особенности функционирования в Интернет-дискурсе лексики соответствующего номинативного поля;

- определить рейтинги номинативной дробности лексико-семантической группы «Мужчина», рейтинги частотности апелляций лексем в мужской и женской речи;
- описать категориальную структуру ядерных номинаций, установив их роль и место в ценностной картине мира женщин и мужчин;
- выявить гендерную симметрию/ асимметрию образа мужчины, сопоставив результаты идентификации лиц противоположного пола и самоидентификации.

Методы

Источником материала являются популярные русскоязычные форумы (данные на 2013 г.) а) мужские: Sexnarod (1 514 082 пользователь), Форум волчат (47 729), Мужской клуб (20 582), Форум настоящих мужчин (18 281), Поговорим (15 948), Den.lv (6 006) б) женские: MakeCool (62 380), Глазами женщин. Главный женский форум страны (58 113), Кофейня (29 093), Womantalk (21 687), Точек нет (20 227), W-world.ru (19 042), Just Lady (14 289).

Материалом исследования послужили 5 тысяч сообщений женских и мужских форумов (авторы писем по половому составу делятся поровну).

Разработан оригинальный алгоритм с целью изучения гендерной интерпретации образа человека в Интернет-дискурсе. Он состоит из 3 этапов:

1. Анализ особенностей вербализации образа человека в женском языковом сознании:
 - а) выделение единиц, составляющих номинативное поле, их классификация и ранжирование;
 - б) воссоздание категориальной структуры ядерных номинаций человека;
 - в) определение аксиологической составляющей ключевых лексем.
 - г) реконструкция образа человека в женском языковом сознании.
2. Анализ особенностей вербализации образа человека в мужском языковом сознании:
 - а) выделение единиц, составляющих номинативное поле, их классификация и ранжирование;
 - б) воссоздание категориальной структуры ядерных номинаций человека;
 - в) определение аксиологической составляющей ключевых лексем.
 - г) реконструкция образа человека в мужском языковом сознании.
3. Выявление гендерной симметрии / асимметрии в интерпретации образа человека путем сопоставления реконструированных образов в женском и мужском языковом сознании.

В данной публикации разработанная методика демонстрируется на примере образа человека мужского пола. В дальнейшем предполагается аналогичное исследование образов женщины и ребенка.

Для построения номинативного поля выявлялись прямые номинации, вербализующие мужчину, т.е. ключевое слово (лексическая единица, обладающая наибольшей частотностью) и его синонимы (как системные, так и окказиональные, индивидуально-авторские). Для выделения единиц, составляющих номинативное поле, методом сплошной выборки из текстов сообщений мужчин и женщин, оставленных на форумах, извлекались наименования лиц мужского пола. Затем отобранные слова по контекстуальному значению классифицировались по лексико-семантическим группам, при этом учитывался гендерный аспект функционирования лексем, т.е. построение номинативного поля проводилось отдельно для женского и мужского языкового сознания.

Затем путем количественной обработки материала определялась номинативная дробность мужского и женского вариантов лексико-семантической группы «Мужчина» и плотность ее отдельных участков.

Важным этапом в структурировании гендерного варианта образа мужчины является когнитивная интерпретация результатов описания семантики номинаций, под которой понимается мысленное обобщение на более высоком уровне абстракции результатов семантического анализа языковых единиц, номинирующих лиц мужского пола, с целью выявления и словесного формулирования когнитивных признаков, репрезентируемых теми или иными значениями или семантическими компонентами этих языковых единиц. Таким образом, выявлялись особенности гендерного моделирования образа мужчины.

Под когнитивным дифференциальным признаком понимается отдельный признак объекта, осознанный человеком и отображенный в структуре соответствующего концепта как отдельный элемент его содержания.

Для ключевых слов определялись когнитивные признаки по двум формам: «X – какой?» и «X – что делает?», поскольку эти формы наиболее информативны, позволяют получить наиболее содержательные сведения о сути того или иного объекта / явления, зафиксировать наибольшее количество языковых средств, объективирующих образ человека, отражающих языковое сознание народа в виртуальном мире, и удобны для проведения когнитивной интерпретации.

Дальнейшее исследование гендерной специфики образов человека в виртуальном мире предполагает *описание категориальной структуры*, т.е. распределение полученных когнитивных дифференциальных признаков по когнитивным классификационным признакам (классификаторам), используемым для концептуализации данного явления. Как известно, когнитивный классификационный признак – это компонент содержания концепта, отражающий тот или иной аспект, параметр категоризации соответствующего объекта или явления и обобщающий однородные дифференциальные признаки в структуре концепта (Попова, 2007: 128).

Далее когнитивные признаки ранжировались по степени яркости, которая вычислялась как доля в процентах данного признака в общем массиве полученных объективаций когнитивного содержания концепта (Симанова, 2008: 131). Затем вычислялась «релевантность классификатора» и «яркость классификатора». Релевантность когнитивного классификационного признака определяется как относительное количество когнитивных признаков, обобщаемых определенным классификатором. Яркость когнитивного классификатора определяется как относительное количество языковых объективаций данного классификатора (текстовыми реализациями).

С целью выявления индекса оценочности номинаций *мужчина* и *мужик* в виртуальном языковом сознании женщин и мужчин когнитивные признаки, содержащие оценку, распределялись на следующие группы: положительно-оценочные; отрицательно-оценочные; амбивалентные; неоценочные. Нам представляется целесообразным рассматривать оценочность когнитивных признаков в отдельно взятом контексте, с точки зрения конкретного пользователя, что позволяет выявить гендерную специфику образов человека.

На разных стадиях исследования использовались следующие методы: компьютерной выборки языковых данных, описательно-аналитический, лексико-семантический анализ, контекстуальный анализ, лингвокогнитивный метод (описание когнитивных структур через анализ языковых средств их объективации), количественная обработка данных.

Результаты

Реализация данного алгоритма с целью изучения гендерной интерпретации образа мужчины в русскоязычном Интернете позволила выявить гендерную симметрию / асимметрию как на парадигматическом, так и на синтагматическом уровнях (см. Табл.1).

Табл. 1. Номинативная дробность лексико-семантической группы «Мужчина»

Номинации лиц мужского пола	Женские форумы	Мужские форумы
Всего лексем	84	62
Общие для женской и мужской речи лексемы	55 лексем (в скобках указывается количество апелляций (ж.ф./м.ф.) мужчина (948/755), мужик (320/591), дядька (19/11), мужичок (18/8), мужчинка (14/8), дяденька (11/4), дядя (1/10), парень (272/170), мальчик (181/125), пацан (57/54), старик (18/9), парнишка (15/13), мальчишка (14/11), чувак (8/54), дедок (6/5), паренек (5/5), юноша (4/7), старикашка (3/1), дед (3/3), дедуля (2/1), старичок (1/4), брюнет (65/14), блондин (39/10), шатен (4/1), красавчик (41/12), красавец (39/42), урод (18/27), толстяк (3/2), кабан (1/1), детина (1/2), бабник (52/41), тряпка (41/60), подкаблучник (38/38), джентльмен (11/16), кобель (11/9), самец (10/21), животное (6/3), развратник (5/1), монах (1/1), муж (154/120), альфонс (84/61), любовник (53/31), кавалер (41/31), холостяк (36/43), принц (32/31), ухажер (25/17), женатик (20/11), охотник (16/30), хозяин (12/24), король (7/11), добытчик (6/38), господин (5/3), супруг (3/3), ловелас (2/13), царь (1/3)	
Специфические для женской и мужской речи лексемы	29 лексем мч (60), лапочка (11), поклонник (10), мужичонка (6), малыш (5), старикан, амбал (4), кабанчик, барин, муженек (3), мужлан, пацаненок, блондинчик, брюнетик, богатырь, блядун, нарцисс, мужуля (2), мужичочек, мужичишка, малец, мальчуган, парниша, толстячок, бугай, сморчок, жеребец, мачо, хищник (1)	7 лексем дохляк, здоровяк, очкарик (2), пацанчик, мальчонка, дедушка, модник (1)

Гендерные различия в объективации образа мужчины проявляются в первую очередь в том, что пользователи женского пола в своих сообщениях используют большее количество номинаций человека мужского пола (84), чем пользователи мужских форумов (62). В сообщениях форумов 36 номинаций являются гендерно специфичными: характерными только для языка женщин (29 лексем) или языка мужчин (7 слов). Количественные расхождения в плотности номинативных полей объясняются в частности тем, что женщины более эмоциональны в описании представителя мужского пола (брюнетик, кабанчик, блондинчик, толстячок, муженек, лапочка, мужчинка, мужичонка, мужичишка, старикан). Кроме общеупотребительных слов, номинирующих лицо мужского пола, в сообщениях женщин встречаются специфические лексемы, не находящие отражение в словарях: мч, мужичочек, мужуля.

В Интернет-дискурсе лексемы дядя, дяденька, мальчик, старик, юноша, дедок, брюнет, мужичок, кабанчик, богатырь, принц, любовник, король, господин, царь гендерно маркированы, т.е. приобретают специфическое контекстуальное значение, преимущественно не зафиксированное словарями, в зависимости от того, в женских или мужских сообщениях они функционируют. Так, номинации мужичок, кабанчик, богатырь используются в женских форумах по отношению к детям, в том числе еще и не родившимся, например: «**Мужичок – это маленький мужчина или мужчина в детстве**»; «Там в роддоме вообще кошмар был, но самое главное, что все хорошо закончилось и мой кабанчик здоровенький и живой родился». Номинации любовник и принц имеют полярную оценочность: в сообщениях женщин слова преимущественно употребляются со знаком «плюс» («Я была очарована его внешностью, это был просто мой сказочный принц, именно такой, как я его себе рисовала, до мелочей. Все те внешние качества, которые мне нравились всегда - всё было в нём. Это было удивительно и потрясающе...»), в мужских форумах – со знаком «минус» («Искать принца - это глупо, малолетство какое-то. Принца на белом коне нужно воспитывать, внушать ему, что он принц, что конь его белый, а так ведь он не поймет и сам не догадается»). Только пользователи женских форумов при эксплицировании сексуальной силы представителя мужского пола используют лексемы с ироническим или негативным оттенком (нарцисс, мачо, хищник). Только пользователи-мужчины используют лексемы пацанчик, мальчонка, дедушка, дохляк, здоровяк, очкарик, модник.

Наиболее распространенными лексемами и в женских, и в мужских сообщениях являются номинации мужчина (948/755) и мужик (320/591), которые в мужских форумах часто используются как синонимы: «Слова **мужчина** и **мужик** я воспринимаю нормально. И большой разницы между ними не вижу. Ну, действительно, какая разница между выражениями **настоящий мужик** и **настоящий мужчина**?», а в женских – как контекстуальные антонимы: «Для меня **мужчина** - стильный, умеющий вести себя в обществе, мужественный и обаятельный представитель сильной половины человечества. **Мужик** – это, скорее, дядька в телогрейке и ушанке, от которого вечно пахнет водкой».

Гендерные различия наблюдаются также в категориальной структуре ключевых слов, вербализующих образ мужчины в мужских и женских форумах.

Гендерная специфика вербализации образа **мужчины** (см. Табл.2) обнаруживается, в первую очередь, в различной количественной и качественной характеристике когнитивных классификаторов и когнитивных признаков, выявленных в сообщениях форумов по форме «Мужчина – какой?». Так, классификаторы и когнитивные признаки женского когнитивного сознания более разнообразны (17 и 131 – в женских форумах, 15 и 69 – в мужских). В женских форумах зафиксировано на 62 признака больше, что говорит о том, что женщины чаще пользователей мужских форумов концептуализируют мужчину через атрибутивные лексемы.

Табл. 2. Гендерная интерпретация образа мужчины

	Атрибутивные сочетания МУЖЧИНА – КАКОЙ?		Предикативные сочетания МУЖЧИНА - ЧТО ДЕЛАЕТ?	
	Женские форумы	Мужские форумы	Женские форумы	Мужские форумы
Количество когнитивных признаков	131	69	112	117
Количество классификаторов	17	15	11	10
Самые релевантные классификаторы	«Характер и темперамент» (25), «Внешность» (25)	«Уникальность объекта» (12), «Характер и темперамент» (12)	«Характерная деятельность» (41), «Взаимоотношения с женщиной» (30)	«Характерная деятельность» (47), «Взаимоотношения с женщиной» (41)
Самые яркие классификаторы	«Совершенство объекта» (64), «Взаимоотношения с женщиной» (49), «Принадлежность» (44)	«Совершенство объекта» (59)	«Характерная деятельность» (41), «Взаимоотношения с женщиной» (30)	«Характерная деятельность» (76), «Взаимоотношения с женщиной» (55)
Яркие когнитивные признаки	<i>мой</i> (7,8%), <i>умный</i> (7,36%), <i>настоящий</i> (6%), <i>любимый</i> (5,52%)	<i>настоящий</i> (18,9%), <i>сильный</i> (8,9%), <i>нормальный</i> (7,9%), <i>умный</i> (5,78%), <i>каждый</i> (5,2%)	<i>платит</i> (14,3%), <i>зарабатывает деньги</i> (8,96%), <i>делает первый шаг</i> (4%)	<i>платит</i> (11,7%), <i>зарабатывает деньги</i> , <i>любит женщину</i> (6,6%), <i>изменяет</i> (5,6%), <i>понимает</i> (3,5%)

В результате выявления общих когнитивных признаков (31 признак) можно составить портрет современного мужчины в виртуальном мире – это привлекательный зрелый человек мужского пола, уникальный в своем роде (*настоящий* (23 апелляции в сообщениях женщин / 36 – в сообщениях мужчин), *нормальный* (17/15)), обладает умом и силой (*умный* (28/11), *сильный* (10/17)), он уважает себя, несет ответственность за других, чаще имеет семью (*женатый* (15/3)), чем не имеет (*разведенный* (1/1), *свободный* (3/1)). Однако не исключается наличие у него такой вредной привычки, как курение (*курящий* (1/4)).

Гендерная асимметрия в концептуализации образа мужчины выявляется в следующем: при описании «Внешности», «Характера и темперамента», «Социального статуса», «Интеллектуальных качеств» мужчины пользователи женских форумов используют больше признаков (25/25/43/35), чем пользователи мужских форумов (7/12/9/13). Выявляются существенные расхождения в показателях релевантности и индекса яркости классификатора «Взаимоотношения с женщиной». Женщинами используется 14 признаков, количество объективаций – 49, тогда как маркерами мужского когнитивного сознания выступают только 4 признака, количество апелляции – 5.

Анализ когнитивных признаков, обозначающих действия мужчины, выявленных по форме «Мужчина - что делает?», также выявляет маркеры женского и мужского когнитивного сознания, иллюстрирующие сходство и различие в восприятии данного образа. Маркерами общего когнитивного сознания выступают классификаторы «Отношение к материальным ценностям» (8/8) и «Характерное социальное поведение» (8/8), имеющие одинаковое количество входящих в данные классификационные признаки номинаций. Из 112 когнитивных признаков, актуализируемых в женских форумах, и 117 признаков мужских форумов совпадает только 20 признаков. Женщины и мужчины в одинаковой степени концептуализируют высокий материальный статус мужчины (*платит* (32/23)), его способность содержать семью, зарабатывать деньги (*зарабатывает деньги* (20/13)). Пользователи мужских форумов чаще акцентируют внимание на своих отношениях с женщиной: они могут ей *изменять* (2/11 – индекс яркости в женских и мужских форумах), *любить* (2/13 соответственно); только в сообщениях мужчин выделяется такая черта характера, как способность мечтать.

Табл. 3. Гендерная интерпретация образа мужика

	Атрибутивные сочетания МУЖИК – КАКОЙ?		Предикативные сочетания МУЖИК - ЧТО ДЕЛАЕТ?	
	Женские форумы	Мужские форумы	Женские форумы	Мужские форумы
Количество когнитивных признаков	63	53	59	49
Количество классификаторов	15	14	10	10
Самые релевантные классификаторы	«Внешность» (14), «Уникальность объекта» и «Совершенство объекта» (10)	«Внешность» (13) «Уникальность объекта» (10)	«Характерная деятельность» (28), «Взаимоотношения с женщиной» (16)	«Характерная деятельность» (22), «Взаимоотношения с женщиной» (14)
Самые яркие классификаторы	«Совершенство объекта» (41), «Внешность» (25), «Социальный статус» (18)	«Совершенство объекта» (41), «Уникальность объекта» (21)	«Характерная деятельность» (40), «Взаимоотношения с женщиной» (17)	«Характерная деятельность» (43), «Взаимоотношения с женщиной» (15)
Яркие когнитивные признаки	<i>гуляющий</i> (8,2%), <i>умный</i> (7,7%), <i>нормальный</i> (7,1%), <i>настоящий</i> (6,6%), <i>пьяный</i> (5,5%), <i>чужой</i> (4,9%), <i>русский</i> (4,4%)	<i>нормальный</i> (18,3%), <i>настоящий</i> (9,5%), <i>умный</i> (8,08%), <i>сильный</i> (5,8), <i>решительный</i> , <i>любой</i> (4,4%)	<i>изменяет</i> (8,75%), <i>не работает</i> (6,25%), <i>курит</i> , <i>бьет</i> , <i>ходит налево</i> (3,75%)	<i>работает</i> , <i>ведет себя как мужик</i> (10%), <i>зарабатывает</i> (7,7%), <i>ходит налево</i> (6,6%), <i>понимает</i> , <i>отвечает за свои поступки</i> , <i>пьет водку</i> (4,4%)

Аналогичный анализ категориальной структуры был проведен и для номинации *мужик* с целью выявления гендерных особенностей её функционирования в сообщениях женских и мужских форумов (см. Табл.3).

Обратимся сначала к анализу когнитивных признаков, выявленных при помощи формы «Мужик-какой?».

Маркерами общего когнитивного сознания выступают 20 признаков, выявленных из 63 когнитивных признаков, нашедших отражение в сообщениях женщин, и 53 признаков, зафиксированных в сообщениях мужчин. Высокие показатели индекса яркости имеют признаки *умный* (14/11 – количество объективаций в женских и мужских форумах), *нормальный* (13/25), *настоящий* (12/13) и *сильный* (3/8), поэтому можно говорить о том, что пользователи форумов признают наличие у *мужика* стереотипных маскулинных качеств, среди которых интеллект и сила играют не последнюю роль. Кроме того *мужик* в виртуальном мире предстает как человек материально обеспеченный (*богатый*), имеющий сердечную привязанность (*любящий*) и жизненный опыт (*зрелый*).

Наиболее релевантными в женских и мужских форумах выступают классификаторы «Совершенство объекта» (41/41 – женские и мужские форумы) и «Внешность» (14/13). При идентификации внешности *мужика* женщинами и мужчинами в основном учитываются разные параметры. В женских форумах 11 когнитивных признаков, описывающих внешность *мужика*, носят отрицательно-оценочный характер, из них трижды он сравнивается с животными (*заросший как орангутанг, заросший как медведь, обезьяна с деньгами*). В мужских форумах только 6 когнитивных признаков из 13 употребляются в сообщениях со знаком «-»: (*небритый, бритый, с дамской сумкой, неопрятный, большой, тучный*).

Более высокий индекс яркости классификатора «Социальный статус» в женских форумах (18), чем в мужских (3) свидетельствует о том, что социальное положение *мужика* является более важным показателем для женщин и чаще ими обсуждается. Женщины акцентируют внимание на его неверности (*гулящий* (15)). Мужчины, говоря о *мужике* как о 'солидном' человеке, который 'крепко стоит на ногах', признают в нем представителя мужского пола, который уже оформил свой социальный статус, успел что-то приобрести, достиг некоего устойчивого положения в обществе.

Гендерная асимметрия наблюдается и при анализе когнитивных признаков, входящих в классификатор «Характер и темперамент». Только 'уважение к себе' присуще *мужике* по мнению представителей обоих полов. Женщины концептуализируют грубое и эгоистичное поведение *мужика*, его ревнивое отношение к собственности, а также нежелание трудиться. Пользователи мужских форумов актуализируют стереотипные маскулинные черты характера *мужика*: решительность, смелость и уверенность.

Доминирование признака *пьяный* в женских форумах (10 объективаций) и только 1 апелляция в мужских сообщениях свидетельствует о том, что женщины отмечают излишнее пристрастие *мужика* к спиртному.

Пользователи мужских форумов не говорят о принадлежности *мужика* кому-либо, а также об исходящем от него запахе, что доказывается отсутствием когнитивных признаков, которые входили бы в классификаторы «Принадлежность» и «Характерный запах». Женщины, в свою очередь, не признают в *мужике* образованного и культурного человека, так как в виртуальном женском когнитивном сознании отсутствует классификатор «Образование, уровень культуры».

Чтобы представить более полный портрет *мужика* в виртуальном женском и мужском когнитивном сознании, обратимся к когнитивным признакам, которые характеризуют его действия. Обращает на себя внимание, что из 59 признаков, зафиксированных в женских форумах, и 49 когнитивных признаков, нашедших отражение в мужских сообщениях, только 3 признака совпадают. Это свидетельствует о ярко выраженной гендерной интерпретации процессуального образа *мужика* в виртуальном мире. В сознании всех пользователей маркируется 'неверность' *мужика* (*ходит налево*), наличие 'практической деятельности' (*работает*) и 'страсти к спиртному' (*пьет/пьет водку*).

По показателям релевантности и индекса яркости на первое место в мужских и женских форумах выходит классификатор «Характерная деятельность». Так, в женских форумах выявлено 28 когнитивных признаков, 21 из которых негативно окрашены, против 22 признаков, имеющих положительную оценку в мужских форумах. Принимая во внимание признаки, имеющие в женских форумах наибольший показатель яркости, можно составить характерный портрет *мужика* в женском языковом сознании. С точки зрения женщин, *мужик*, в первую очередь, воспринимается как человек, который не может сохранить верность (*изменяет* – 8,7%, *ходит налево* – 3,75%), применяет физическую силу по отношению к женщине (*бьет* – 3,75%), отличается эгоизмом (*думает в первую очередь о себе* – 2,5%) и желанием всех унижить (*унижает* – 2,5%).

С точки зрения мужчин, *мужика* отличает стереотипное мужское поведение (*ведет себя, как мужик* – 10%), стремление разнообразить свою сексуальную жизнь ради развлечения (*ходит налево* – 6,6%), способность понимать и принимать ответственность за совершение каких-либо поступков (*понимает, отвечает за свои поступки* – 4,4%), умение постоять за себя и за других (*защищает, дает отпор* – 2,2%).

Проведенный анализ когнитивных признаков, входящих в классификатор «Взаимоотношения с женщиной», который занимает по релевантности и индексу яркости второе место в женских и в мужских форумах, позволил сделать выводы о гендерной маркированности действий *мужика* по отношению к женщине. Так, в женских форумах 14 когнитивных признаков из 16 имеют отрицательно-оценочное значение. Напротив, в мужских форумах из 14 признаков 12 имеют положительную оценку. В сообщениях женщин *мужик* любит навязывать свое внимание женщине (*пристает к женщине* – 2,5%), в мужских сообщениях он ею гордится (*гордится своей женщиной* – 2,2%).

Пользователи мужского пола концептуализируют страх *мужика* перед загсом и семейной жизнью, о чем свидетельствует высокий показатель индекса яркости признака *ударет, если услышит о загсе* (3,3%).

Мужчины акцентируют внимание на обязательном наличии у *мужика* работы (*работает* – 9), тогда как в женских форумах *мужик* в основном не работает (*работает* – 1, *не работает* – 5).

Индекс яркости признака *зарабатывает* (7,7%), который зафиксирован только в мужских форумах, позволяет сделать вывод, что *мужик* может распоряжаться денежными средствами.

Маркерами только мужского когнитивного сознания выступают классификаторы «Степень самостоятельности деятельности» и «Образование, уровень культуры», таким образом, женщины полагают, что *мужика* не отличают самостоятельные действия и наличие образования.

Маркерами только женского когнитивного сознания выступают классификаторы «Наличие жизненного опыта» и «Характерный запах», пользователи мужских форумов не акцентируют внимание на данных аспектах при реконструировании образа *мужика*.

Таким образом, можно сделать вывод, что в мужских форумах *мужик* является эталоном маскулинности, тогда как в женских форумах *мужик* предстает как образец 'антимужественности'.

По характеру оценки лексема *мужчина* в Интернет-дискурсе преимущественно позитивно-оценочная (69,1% – индекс положительной оценочности в женских форумах, 83,3% – в мужских форумах). Лексема *мужик* в женских и мужских форумах характеризуется полярной оценочностью: в мужских форумах данная номинация характеризуется выраженной положительной оценкой (71,5%), в женских форумах на первое место выходят признаки, имеющие отрицательную оценку (64,75%). В мужских форумах однокорневые узусальные слова *мужчина* и *мужик* часто используются как синонимы, а в женских форумах – как контекстуальные антонимы.

Заключение

Научная новизна работы определяется выбором материала и источника исследования – предложена новая методика выявления гендерной составляющей мужской и женской речи путем сопоставления сообщений на женских и мужских Интернет-форумах. Актуальность данной проблемы для лингвистики мотивируется важностью выявления и систематизации общих и специфических характеристик концептуализации человека представителями противоположных полов.

Внедрение предложенного алгоритма исследования гендерной составляющей электронной коммуникации позволит реконструировать образ человека в женском и мужском языковом сознании, описать гендерные стереотипы, отраженные в виртуальной среде, расширить представления о современной языковой личности, в том числе виртуальной, конкретизировать сведения о гендерной маркированности мужской и женской речи, ввести в научный оборот новые данные об особенностях Интернет-дискурса.

Литература

1. Бочина, Т.Г., Мифтахова, А.Н.: Гендерные особенности репрезентации концепта МУЖЧИНА в Интернет-дискурсе. В: Вестник Орловского государственного университета. Серия: новые гуманитарные исследования.-№4 (12), июль-август, 2010. Орел, 2010. С. 160-167. ISSN 1997-9878.
2. Галичкина, Е.Н.: Специфика компьютерного дискурса на английском и русском языках (на материале жанра компьютерных конференций): автореф. дис. ...канд. филол. наук. Волгоград, 2001. 24 с.
3. Горошко, Е.И.: Гендерные особенности русскоязычного Интернета [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.textology.ru/public/goroshko1.html>, 2004.
4. Горошко, Е.И. Электронная коммуникация (гендерный анализ) [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.textology.ru/article.aspx?aid=42>, 2005.
5. Кирилина, А.В.: Проблемы гендерного подхода в изучении межкультурной коммуникации. В: Гендер как интрига познания. М.: Рудомино, 2002. С. 20 – 27.
6. Кондрашов, П.Е.: Компьютерный дискурс, социолингвистический аспект: дис. ...канд. филол. наук. Краснодар, 2004. 181 с.
7. Компанцева, Л.Ф.: Гендерные основы Интернет-коммуникации в постсоветском пространстве. – Луганск: Альма-матер, 2004. – 404 с.
8. Митина, О.В. Войскуновский, А.Е.: Мужчина и женщина в Интернете: гендерные реалии и стереотипы [Электронный ресурс] 3-я Рос. конф. по экологич. психологии. – М., 2003. Режим доступа: <http://psynet.by.ru/texts/conf.2.htm>
9. Попова, З.Д., Стернин И.А.: Когнитивная лингвистика – М.: АСТ: Восток – Запад, 2007. – 314 с.
10. Симанова, Т.А.: Концепт *Русский язык* в языковом сознании студента – иностранца. В: Вестник ВГУ. Серия: Филология, Журналистика. – № 1. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.vestnik.vsu.ru/pdf/phylolog/2008/01/simanova.pdf>.
11. Соколинская, Е.Г.: Сравнительный анализ электронного дискурса синхронной и асинхронной коммуникации в аспекте гендерной репрезентации (на материале русскоязычных чатов и русской секции LIVEJOURNAL) [Электронный ресурс]. Режим доступа: http://linguistic.de.co.ua/seminar/2005/03/07/seminar_5_aspect_el_39.htm, 2004.
12. Brenda, D.: Text as Mask: Gender play and performance on the Internet. В: Cybersociety. Revisiting Computer Mediated Communication and community, London. New Delhi, 1998. P. 129 – 158.
13. Cameron, D., Kulick, D.: Language and Sexuality. Cambridge: Cambridge University Press, 2002. 192 p.
14. Cherny, L.: Gender Differences in Text-based Virtual Reality. В: Cultural Performances: Proceedings of the Third Berkeley Women and Language Conference. Berkley, US, 1994. P. 102 – 115.
15. Crowston, K., Kammerer, E.: Communicative Style and Gender Differences in Computer-Mediated Communication. В: Cyberghetto or cybertopia: Race, Class and Gender on the Internet. Praeger, 1998. P. 185 – 203.
16. Colley, A., Todd, Z.: Gender-Linked Differences in the Style and Content of E-mails to Friends. В: Journal of Language and Social Psychology. 2002. vol. 21, №4. P. 380 – 392.
17. Jaffe, M.J., Lee, Y.E., Oshagan, L.H.&H.: Gender, Pseudonyms and CMC: Masking Identities and Barring Souls [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.members.iworld.net/yessunny/genderps.html>, 1999.
18. O'Brien, J.: Writing in the body. Gender (re)production in online interaction. В: The Gendered Cyborg. London: Sage Publications, 2003. P. 34 – 56.
19. Palomares, N.A.: Gender Schematicity, Gender Identity Saliency, and Gender-Linked Language Use. В: Human Communication Research. 2004. Vol. 30, №4. P. 38 – 103.
20. Rodino, M.: Breaking out of Binaries: Reconceptualizing Gender and its Relationship to Language in Computer-Mediated Communication В: Journal of CMC. 1997. 3 (3). P. 34 – 56.
21. Rosetti, P.: Gender Differences in E-mail Communication [Электронный ресурс]. В: The Internet TESL Journal. – Режим доступа: <http://mypage.dirct.ca/p/prosett/online.html>, 2003.
22. Savicki, V.: Gender Language Style and Group Composition in Internet Discussion Groups [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://jcmc.huji.ac.il/vol2/issue3/savicki.html>, 1996.
23. Sussman, N.M., Tyson, D.H.: Sex and power: gender differences in computer-Mediated Interactions. В: Computers in Human Behaviour. 2000. Vol. 16, №1. P. 20 – 29.
24. Trias, J.V.: Gender Differences in the Amount of Discourse on an Internet Relay Chat Channel. Summary of Paper presented at Popular Culture Association. San Diego, CA, 1998. – 35 p.
25. Herring, S.: Computer-mediated Discourse. В: The Handbook of Discourse Analysis. Oxford: Blackwell Publishing, 2001. P. 612 – 634.

26. Herring, S.: Gender and Participation in Computer-Mediated Linguistic Discourse. Washington, 1992. 245 p.
27. Herring, S.: Gender Differences in Computer-Mediated Communication: Bringing Familiar Baggage to the New Frontier [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.cpsr.org/>.
28. Herring, S.: Gender Differences in CMC: Findings and Implications. B: CPSR Newsletter. 2000. Vol. 18, №1. P. 34 – 54.
29. Herring, S.: Gender and Power in on-line Communication. B: The Handbook of Language and Gender Research. London: Blackwell Publishing, 2003. P. 123 – 145.
30. Herring, S.: Slouching toward the ordinary: current trends in computer-mediated communication. B: New Media and Society. London: Sage Publications, 2004. P. 234 – 238.
31. Herring, S.: Two Variants of an Electronic Message Schema. B: Computer-Mediated Communication: Linguistic, Social and Cross-Cultural Perspectives. Amsterdam: Routledge, 1996. P. 204 – 237.
32. Herring, S.: Virtual Gender Performances. Invited talk. – English Department, Texas A&M University. 1998. 12 p.
33. Weatherall, A.: Gender, Language and Discourse. London: Routledge, 2002. 177 p.
34. Witmer, D.F., Katzman, S.L.: On-line Smiles: Does Gender Make a Difference in the Use of Graphic Accents. B: Journal of Computer-Mediated Communication. 1997. Vol. 2, №4. P. 19 – 57.

Bochina T.G., Miftahova A.N.

Gender interpretation of the image of a man in a Runet.

In this article the original technique of determination of gender specifics interpretation of the image of a man in modern language consciousness is described. As a result of comparison of texts of messages at specialized female and man's forums the image of the man in female and man's language consciousness was reconstructed, gender symmetry/asymmetry in interpretations of an image of the man, the common and peculiar features in nominating of persons man's both on paradigmatic, and on syntagmatic levels is revealed, the gender stereotypes existing in the Network are characterized, ideas of the modern language personality are expanded.

Keywords: gender, the image of a man, Internet-discourse, forum

Сведения об авторах:

Бочина Татьяна Геннадьевна - доктор филологических наук, профессор зав.кафедрой русского языка как иностранного Казанского (Приволжского) федерального университета

E-mail: tbochina@yandex.ru

Адрес: 420008, г.Казань, ул.Кремлевская, д.18, КФУ

Мифтахова Алия Наилевна - кандидат филологических наук, ассистент кафедры русского языка как иностранного Казанского (Приволжского) федерального университета

E-mail: almiftahova@mail.ru

Адрес: 420008, г.Казань, ул.Кремлевская, д.18, КФУ