

О гендерных особенностях русскоязычного общения в Интернете

Интернет как особая коммуникативная среда и как ранее не существовавшая сфера реализации языка принес с собой новые способы общения, стереотипы речевого поведения, новые формы существования языка. В последнее время функционирование русского языка в глобальной сети исследуется многими лингвистами. В данной статье мы рассмотрим гендерные особенности интернет-коммуникации.

В последние несколько десятилетий постоянно увеличивается количество исследований и публикаций, посвященных изучению виртуальной реальности. И это понятно, так как в эпоху информационной революции, обусловленной возникновением Интернета, достаточно большая часть нашего общения происходит по электронным каналам коммуникации, т.е. опосредуется с помощью компьютера.

Ряд работ посвящен роли *гендерного фактора* и его влияния на электронную коммуникацию, поскольку данный фактор достаточно значим в структуре языковой личности. Некоторые ученые, например О.Л. Каменская, даже говорят о *языковой личности мужчины* и *языковой личности женщины* [5, 18]. Соответственно, может возникнуть и вопрос о соотношении, языковой виртуальной личности мужчины с языковой виртуальной личностью женщины.

А.В. Кирилина считает, что гендерный подход позволяет описать не только антропоцентричную систему языка, но и изучить концепты *маскулинности* и *фемининности*, признавая их не только когнитивно, но и культурно обусловленными сущностями, т. е. перенести их изучение в область лингвокультурологии и других наук, связанных с исследованием культуры и общества, поскольку «...гендерный подход предполагает концентрацию внимания исследователя именно на способах социального конструирования пола и на культурных факторах, воздействующих на этот процесс» [6, 137]. Какова же роль Интернета как специфической культуры и среды в формировании концептов фемининности и маскулинности? И будут ли эти концепты, сформированные в виртуальной среде, отличаться каким-либо образом от реальной?

Важным является и то, что в настоящий момент «... речь идет уже не о том, как пол влияет на коммуникативное поведение и использование языка, а о том, какими средствами располагает язык для конструирования гендерной идентичности, в каких коммуникативных ситуациях и типах дискурса и с какой интенсивностью совершается конструиро-

вание, какие экстра- и интралингвистические факторы воздействуют на этот процесс» [7, 9].

На сегодняшний день гендерный фактор в русле русскоязычного общения посредством Интернет является явлением малоизученным. В 2004 г. вышла монография Л.Ф. Компанцевой «Гендерные основы интернет-коммуникации в постсоветском пространстве» [8]. Это широкомасштабное исследование представляет собой анализ гендерных основ русскоязычного Интернета с точки зрения дискурсивных практик. В данной работе автор исследовал психологические, социальные, культурные и коммуникативные установки и предпочтения мужчин и женщин – пользователей сети. Анализировалась и гендерная компонента языковой виртуальной личности на материале ассоциативного тезауруса мужчин и женщин, составленном на основе данных сети, а также дискурсивного анализа мужских и женских речевых практик.

Следует заметить, что электронное общение или коммуникация представляет сложную комбинацию дискурсов: передача личной почты (бытовой дискурс), официальный обмен и запрос информации (деловой дискурс), обсуждение научных вопросов в группах новостей или конференций (научный дискурс), рекламные баннеры и сайты (рекламный дискурс) и т. д. [1, 45], [4, 7].

В плане изучения гендерных особенностей электронной коммуникации наиболее исследованным на сегодняшний день является:

- вербальное поведение в чатах и конференциях [9], [12];
- в том числе конструирование виртуальной гендерной идентичности [3];
- а также тексты электронной почты, которые рассматривались как самостоятельный жанр [11], или как часть более широкого дистанционного общения (обучения) [8].

В плане изучения дискурсивных особенностей на материале научных интернет-конференций наибольший интерес представляют работы Сюзанны Херринг [13-16]. Ученый установил, что длина мужских сообщений в целом больше, их количество также больше. Мужчины чаще используют оскорбления, сленг, утвердительные заявления, средства саморекламы, иронии и сарказма, задают меньше вопросов, и «высказывают меньше электронных извинений». Для мужской электронной коммуникации более характерна и ситуация «флейма», т.е. почтовой рассылки грубых и оскорбительных сообщений. Женскому электронному поведению свойственен же так называемый модус вежливости. Женщины произносят больше извинений, благодарностей, реже перебивают друг друга и пр. Описывая мужские и женские стили общения на примере из-

учения дискуссионных листов и групп научно-тематических новостей, С. Херринг утверждает, что мужской стиль может быть охарактеризован как стиль *коммуникативного соперничества*, а женский – *коммуникативного сотрудничества*. Это полностью согласуется с данными, полученными при изучении обычного англоязычного дискурса.

С. Херринг было также установлено, что гендерные различия в электронной коммуникации напрямую связаны с временным фактором, а именно с синхронностью/асинхронностью передачи информации [16, 5]. Проведенное ею исследование ленты чатов показало, что синхронность сообщения нивелирует гендерные различия: не было установлено расхождений в длине мужских и женских электронных сообщений и их количестве. Не подтвердились и полученные ранее данные на материале англоязычных чатов о более частом использовании женщинами аффективной лексики (*hugs, whuggles*), а мужчинами – лексики с агрессивной семантикой (*to kill; to slay*). Очевидно, момент спонтанности в электронной коммуникации приводит к обратному эффекту: известно, что в спонтанной устной речи в обычном дискурсе гендерные различия проявляются контрастнее [2]. В электронной коммуникации наблюдается противоположная картина. Заметим также, что другие работы, например исследование В. Савики, построенное в методологическом плане, идентично экспериментам С. Херринг, не подтвердило тот факт, что мужчины чаще употребляют оскорбительные (нестандартные) выражения. Однако его эксперименты подтвердили гипотезу о том, что для мужского электронного дискурса более свойственно использование фактической информации логического характера, основанной на четких сведениях, цифрах. Там можно встретить чаще также утвердительные и повелительные конструкции, что также совпадает с результатами С. Херринг и других исследователей.

В работе Кевина Кроустона изучались гендерные особенности электронной коммуникации в группах новостей *usenet* [12]. Им были установлены достаточно значимые различия в предпочтении тем для обсуждения мужчинами и женщинами. Однако гипотеза о *коммуникативном женском электронном сотрудничестве* и *мужском коммуникативном электронном соперничестве* не подтвердилась.

В работе Д. Витмер и С. Кацман указывается, что при участии в группах новостей и тематических группах женщины используют *смайлики* (специальный электронный эмотикон) гораздо чаще мужчин [19].

Отдельной темой стало изучение конструирования псевдонимов в чатах, виртуальных играх и электронных конференциях. Так, Т. Н. Захарова на материале немецкоязычных чатов определила, что, во-

первых, проявление гендерного аспекта зависит от возраста аудитории, типа чата и непосредственной коммуникативной цели, стоящей перед его участниками. Для выражения гендерного аспекта в псевдонимах используют разнообразные лексические, семантические и грамматические средства (референтные имена, апеллирующие к реальным именам участников чата, уменьшительные суффиксы мужского и женского рода, существительные мужского или женского рода, эксплицирующие концепты фемининности или маскулинности). При этом псевдонимы с ярко выраженным гендерным компонентом встречаются чаще, чем со скрытым или слабо выраженным [3]. Данные же Л.Ф. Компанцевой по русскоязычному Интернету показали, что гендерные особенности в выборе псевдонимов (известные нам как «ники») зависят от их соответствия ролевым установкам. Женские ники также «..в большей степени демонстрируют большую степень рефлексивности, сложные субъектно-модальные отношения с миром; мужские – психологическую и языковую игру, апелляцию к женской эмоциональности» [8, 343]. Однако при этом ученый отмечает, что выбор и конструирование ника зависят от психологического типа личности, образования, мировоззрения и оценки [8, 344].

В работе Л.Ф. Компанцевой на примере русскоязычных чатов показано, что именно женской коммуникации присущи эмпатия и скрытый комплимент. Л.Ф. Компанцева также заметила, что женщины и мужчины «...отрабатывают в Интернете модели поведения, которые им не свойственны, но были бы желательны в реальной жизни. Неуверенность в себе, неудовлетворенность собой, заниженная самооценка, желание вырваться из экзистенциального и социального вакуума – вот те причины, которые служат основой формирования нового Интернет-образа и Интернет-поведения» [8, 5]. Л.Ф. Компанцева считает, что в Интернете отсутствует гендерная дискриминация и ослабевает традиция выработки привычных гендерных сценариев поведения.

Все сказанное выше побудило нас провести аналогичное исследование на материале русскоязычного Интернета.

Его объектом стало изучение организации текстов электронных сообщений личной переписки, которые могут быть отнесены к разновидности электронного бытового дискурса.

Проведенный обзор исследований в плане установления гендерных особенностей электронного письма показал, что мужская речь была лексически богаче, а мужские предложения были длиннее. В свою очередь, женщины использовали больше глаголов, их предложения были короче, их лексические средства были менее разнообразны, а также в их речи

прослеживалась более осязаемая тенденция заменять существительные местоимениями [11], [17], [18].

Было отобрано 100 сообщений (авторы писем по половому составу делились поровну). Средний возрастной уровень авторов находился в промежутке от 30 до 40 лет. Родной язык – русский. Образование – высшее гуманитарное. Все письма могли бы быть отнесены к жанру дружеской (и в нескольких случаях полуофициальной) переписки.

Для анализа был выбран ряд параметров – количество сообщений от каждого участника, количество вопросов от слушателей на форуме и количество ответов на них, количество сообщений – фреймов, количество использования графических средств передачи эмоджона (смайлики), частота использования этикетной лексики, которая характерна для деловой формы общения («здравствуйте», «с уважением», «уважаемый», «спасибо», «всего доброго», «добрый день» и т.д.), длина текстов, средняя длина предложений, средняя длина слов, коэффициент лексического разнообразия (TTR), так называемые показатели *hapax legomena* и *hapax dislegomena* – коэффициенты, указывающие частоту слов, встречаемых в тексте один и соответственно два раза.

В среднем длина сообщения колебалась от 50 до 100 слов, т.е. эти сообщения представляли краткие речевые объекты.

Статистически значимыми на этом этапе исследования получились следующие характеристики:

- Женщины пишут чаще и практически всегда отвечают на вопросы.
- Женские тексты длиннее.
- Если вопрос ставится женщиной, то охотнее на него отвечают женщины.
- Женщины используют гораздо больше вежливой лексики.
- Смайлики используются исключительно женской виртуальной аудиторией.
- Мужчины используют чаще тактику флейма.
- По показателю TTR (лексическому разнообразию) словарь женщин оказался беднее.
- В речи мужчин больше встретилось также слов с частотой один и два (показатели *hapax legomena* и *hapax dislegomena* в среднем выше).

По остальным показателям достоверных статистических различий найдено не было.

Итак, проведенный анализ лишь отчасти подтвердил данные, полученные на анализе материалов англоязычного дискурса, а также результаты, установленные при обычном (неэлектронном общении). Не под-

твердились сведения, например, о том, что мужчины более интенсивно участвуют в электронной коммуникации. У нас получилась картина прямо противоположная.

Однако данные по частоте вопросов и ответов на них, сообщений-флеймов, а также по количеству и частоте использования вежливой лексики косвенно вписываются в упомянутую ранее модель речевого поведения (*женское коммуникативное сотрудничество* и *мужское коммуникативное соперничество*), «смоделированную» по данным англоязычной электронной коммуникации. Полностью подтвердились и данные относительно использования эмодикона, что свидетельствует, что именно женскому электронному поведению свойственна большая эмоциональность, и это отнюдь не является стереотипом.

Библиографический список

1. Галичкина Е.Н. Специфика компьютерного дискурса на английском и русском языках: дис. ... канд. филол. наук. Астрахань, 2001.
2. Горошко Е.И. Особенности мужского и женского вербального поведения (психолингвистический анализ): автореф. дис. ... канд. филол. наук. М., 1996.
3. Захарова Т.Н. Псевдонимы и их роль в процессе коммуникации в Интернет-чатах // Доклады Второй Международной конференции «Гендер: Язык, Культура, Коммуникация». М., 2001.
4. Каменская О.Л. Гендергетика – наука будущего // Гендер как интрига познания. М., 2002.
5. Кирилина А.В. Проблемы гендерного подхода в изучении межкультурной коммуникации // Гендер как интрига познания. М., 2002.
6. Кирилина А.В. Исследование гендера в лингвистических научных дисциплинах // Гендерное образование в системе высшей и средней школы: состояние и перспективы: Материалы международной научной конференции, Иваново, 24-25 июня 2003 г. Иваново, 2003.
7. Компанцева Л.Ф. Гендерные основы Интернет-коммуникации в постсоветском пространстве. Луганск, 2004.
8. Blum K.D., Gender Differences in Asynchronous Learning in Higher Education: Learning Styles, Participation Barriers and Communication Patterns // JALN. – 1999. Vol. 3. № 1.
9. Brenda D., Text as Mask: Gender and Identity on the Internet // Cybersociety 2.0 Thousand. Oaks, CA., 1998.
10. Corney M.W. Analysing E-mail Text Authorship for Forensic Purposes, Master Thesis. Queensland, 2003.
11. Crowston K. Communicative Style and Gender Differences in Computer-Mediated Communication // Cyberghetto or cybertopia: Race, Class and Gender on the Internet. Praeger, 1998.
12. Herring S. Virtual Gender Performances. Invited talk. English Department, Texas

A&M University, College Station, TX, September 25, 1998.

13. Herring S. Gender Differences in CMC: Findings and Implications // CPSR Newsletter. 2000. Vol. 18. № 1.
14. Singh S. A Pilot Study on Gender Differences in Conversational Speech on Lexical Richness Measures // Literary and Linguistic Computing. Vol.16. №3. 2001.
15. Sussman N.M., Tyson D.H. Sex and Power: Gender differences in Computer-Mediated Interactions // Computers in Human Behaviour. 2000. vol. 16. №1.
16. Witmer D.F., & Katzman S.L. On-line Smiles: Does Gender Make a Difference in the Use of Graphic Accents // Journal of Computer-Mediated Communication. vol. 2. №4. 1997.
17. Wood J. Gendered Lives: Communication, Gender and Culture // Gendered Lives Communication. North Carolina, 2003.