

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
**Федеральное государственное бюджетное
образовательное учреждение высшего образования
«ПЕРМСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ
НАЦИОНАЛЬНЫЙ ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ»**

М. В. Гаранович

**СОЦИОЛИНГВИСТИЧЕСКОЕ ВАРЬИРОВАНИЕ
ГЕНДЕРНЫХ СТЕРЕОТИПОВ
В ЯЗЫКОВОМ СОЗНАНИИ РУССКИХ**

МОНОГРАФИЯ



Пермь 2020

УДК 711.161.1'27
ББК 81.2Рус+81.001.2
Г20

Гаранович М. В.

Г20 Социолингвистическое варьирование гендерных стереотипов в языковом сознании русских : монография / М. В. Гаранович ; Пермский государственный национальный исследовательский университет. – Пермь, 2020. – 228 с.

ISBN 978-5-7944-3444-6

Работа выполнялась на кафедре теоретического и прикладного языкознания Пермского государственного национального исследовательского университета под научным руководством доктора филологических наук, профессора Т.И. Ерофеевой.

В работе находят свое развитие основные положения и направления Пермской социопсихолингвистической школы. Исследованы гендерные стереотипы (стереотипы маскулинности и фемининности; стереотипы речевого поведения мужчин и женщин) и их вариативность в зависимости от социальных параметров говорящих. Работа вносит вклад в развитие когнитивного направления социолингвистики и гендерной лингвистики.

Основные положения и выводы исследования могут быть использованы при дальнейшей разработке проблемы моделирования гендерно-обусловленных когнитивных образований.

Монография может быть полезна при чтении лекций и проведении семинарских занятий по различным лингвистическим курсам: психолингвистике, социолингвистике, когнитивной лингвистике, гендерной лингвистике и др.

УДК 711.161.1'27
ББК 81.2Рус+81.001.2

Печатается по решению кафедры теоретического и прикладного языкознания Пермского государственного национального исследовательского университета

Печатается при поддержке гранта РНФ № 18-78-00049

«Социолингвистическое варьирование гендерно-обусловленных когнитивных образований» (рук. М.В. Гаранович)#

Рецензенты: кафедра русского языка как иностранного и методики его преподавания Санкт-Петербургского государственного университета (доцент кафедры, канд. филол. наук, доцент **Т. Е. Петрова**);

проректор по научной работе Московской международной академии, д-р филол. наук, профессор **А. В. Кирилина**

ISBN 978-5-7944-3444-6

© ПГНИУ, 2020
© Гаранович М. В., 2020

*Посвящается моему отцу
Гарановичу Владимиру Михайловичу*

ОГЛАВЛЕНИЕ

Введение	6
ГЛАВА 1. Гендерный стереотип: понятие и теоретические основания исследования	10
1.1. Социальный стереотип в современных социально-психологических теориях	10
1.2. Понятие «гендер» в психологии и социологии	20
1.3. Гендерный стереотип как разновидность социального стереотипа	24
1.3.1. Стереотипы маскулинности и фемининности	27
1.3.2. Стереотипы речевого поведения мужчин и женщин	31
1.3.3. Структура стереотипов маскулинности и фемининности и стереотипов речевого поведения мужчин и женщин	36
1.4. Результаты исследования гендерных стереотипов в лингвистике	40
Выводы	49
ГЛАВА 2. Материал и методы социолингвистического анализа гендерных стереотипов в языковом сознании	52
2.1. Материал исследования и выборка информантов	52
2.2. Методы исследования	57
2.2.1. Методика получения экспериментальных данных	58
2.2.2. Методика и принципы семантического анализа реакций	59
2.2.3. Методика количественного анализа реакций	63
Выводы	65
ГЛАВА 3. Экспериментальное исследование стереотипов маскулинности и фемининности в языковом сознании носителей русского языка	67
3.1. Стереотип маскулинности в языковом сознании носителей русского языка	67
3.1.1. Стереотип маскулинности в общественном языковом сознании	67
3.1.2. Стереотип маскулинности в групповом языковом сознании	73
3.1.3. Согласованность социальных групп в определении стереотипа маскулинности	94
3.2. Стереотип фемининности в языковом сознании носителей русского языка	95

3.2.1. Стереотип феминности в общественном языковом сознании.....	95
3.2.2. Стереотип феминности в групповом языковом сознании	101
3.2.3. Согласованность социальных групп в определении стереотипа феминности.....	120
Выводы	121
ГЛАВА 4. Экспериментальное исследование стереотипов речевого поведения мужчин и женщин в языковом сознании носителей русского языка	126
4.1. Стереотипы речевого поведения женщин в общественном языковом сознании	126
4.2. Стереотипы речевого поведения мужчин в общественном языковом сознании	128
4.3. Стереотипы речевого поведения мужчин и женщин в групповом языковом сознании.....	131
4.3.1. Стереотип эмоционального/неэмоционального речевого поведения	131
4.3.2. Стереотип многословного/немногословного речевого поведения	139
4.3.3. Стереотип вежливого/невежливого речевого поведения	145
4.3.4. Стереотип логичного/нелогичного речевого поведения	152
4.3.5. Стереотип доминирующего/недоминирующего речевого поведения	157
4.3.6. Согласованность социальных групп в определении стереотипов речевого поведения мужчин и женщин.....	162
Выводы.....	164
Заключение	165
Библиографический список	173
Приложение.....	193

ВВЕДЕНИЕ

Настоящая работа выполнена в русле когнитивного и социалингвистического направлений, нацеленных на изучение факторов, влияющих на функционирование языка и языковых структур в сознании человека. Стремление к экономии усилий в процессе познания [У. Липпман 1922] находит свое отражение в формировании стереотипов, которые понимаются большинством ученых как фиксированные ментальные «картинки», являющиеся результатом отражения в сознании, в том числе и языковом, фрагмента картины мира [Красных 2002]. Гендерный стереотип (ГС) – частный вид стереотипов, который определяют как «культурно и социально обусловленные мнения и предположения о качествах, атрибутах и нормах поведения представителей обоих полов и их отражение в языке» [Кирилина 1999: 98].

Традиционные исследования ГС в лингвистическом аспекте [Воскресенская 2007; Васькова 2003; Зыкова 2002; Колесникова 2001; Никольская 2005; Ольшанский 2003; Першай 2002; Попов 1999; Семенова 2006; Соловьева 2008 и др.] не показывают динамики данных когнитивных образований: материалы различных словарей и фразеология языка могут демонстрировать лишь результаты гендерной стереотипизации в языковом сознании общества в целом. На наш взгляд, стереотипы нельзя рассматривать только на этом материале: для изучения стереотипов, в том числе гендерных, необходимо подключать к исследованию данные о языковом сознании носителей языка.

В работах лингвистов [Вандышева 2007; Дзасежева 2006; Дмитриук 2000; Жалсанова 2009; Кирилина 2000 и др.] изучение манифестации ГС в русском языке проводится также с применением контрастивного метода: для сравнения привлекается материал других языков. При помощи этого метода можно получить сведения о разнице межэтнических представлений о маскулинности и фемининности. Считаем, что анализ групповых представлений внутри одной этнической общности в данном случае может существенно дополнить исследование ГС, существующих в рамках единого лингвокультурного сообщества, и показать их вариативность.

Изучение стереотипных представлений о «мужественности» и «женственности» и выявление корреляций между содержанием ГС и социальными параметрами носителей культуры относится к числу важных задач когнитивного направления гендерной лингвистики. Доказательством этому служит большое число теоретических исследований, которые нуждаются в систематизации и осмыслении. Полагаем, что рассмотрение ГС с позиций социалингвистики и с использованием методологического аппарата и методов, выработанных этим направлением науки, делает исследование актуальным.

Идея социальной обусловленности ГС позволяет выдвинуть гипотезу исследования, которая заключается в том, что формирование ГС происходит как в результате действия индивидуальных когнитивных процессов, так и под воздействием социальных факторов: представления человека формируются в рамках тех социальных групп, к которым он принадлежит. В рамках социолингвистического исследования стереотипы маскулинности (СМ) и стереотипы фемининности (СФ) можно трактовать как особую форму хранения знаний и оценок мужчин и женщин в языковом сознании разных социальных групп общества, а стереотипы речевого поведения мужчин и женщин – как вариативные модели речевого поведения мужчин и женщин, принадлежащих к различным социальным группам общества.

Обращение к разностороннему рассмотрению сущности ГС в междисциплинарных с лингвисткой областях знания и анализ формирования ГС в общественном и групповом языковом сознании позволяют показать динамическую природу структуры ГС и их зависимость от социальных факторов.

В работе впервые исследуется зависимость ГС от социолингвистических факторов коммуникации, что и определяет научную новизну исследования. Кроме того, в работе впервые строятся полевые модели СМ/СФ и стереотипов речевого поведения мужчин и женщин, в которых выделяются иерархически упорядоченные зоны. Полевая структура стереотипа позволяет описывать его вариативность и рассматривать его как динамическую структуру.

Отсюда цель данной работы – описать вариативность ГС в зависимости от социальных условий, то есть показать зависимость формирования ГС в языковом сознании от социальных характеристик носителей языка.

Поставленная цель обуславливает необходимость решения ряда конкретных задач:

1) рассмотреть лексико-семантические признаки (ЛСП), на которых строятся стереотипные представления общества, определяющие качества мужчин и женщин, а также их речевое поведение;

2) определить структуру ГС и показать соотношение общественного, группового и индивидуального в структуре ГС;

3) построить экспериментальные модели СМ/СФ и стереотипов речевого поведения мужчин и женщин, сформированных в языковом сознании;

4) на основании построенных моделей выявить особенности ГС в языковом сознании носителей русского языка в зависимости не только от гендерного фактора, но и других социальных факторов (возраст, специальность, образование).

Теоретическая значимость исследования заключается в следующем:

1) систематизирован социолингвистический подход к изучению ГС: в работе дается лингвистическая интерпретация социально-психологического

понятия «гендерный стереотип», которое анализируется при помощи категориального аппарата смежных наук (социологии, психологии) в целях более полного раскрытия его содержания;

2) показан динамический характер ГС и их зависимость от социолингвистических факторов, что позволяет в конечном итоге выделить в структуре стереотипа иерархически упорядоченные зоны, которые обеспечивают динамическую перестройку стереотипа и его связь с представлениями разных социальных групп общества;

3) внесен вклад в разработку терминологии – впервые в лингвистических исследованиях обосновывается необходимость дифференциации понятия ГС на следующие разновидности:

- а) стереотип маскулинности (СМ);
- б) стереотип фемининности (СФ);
- в) стереотипы речевого поведения мужчин и женщин;

4) разработан и апробирован комплекс методик для исследования ГС в языковом сознании.

Для исследования поставленной проблемы изучения формирования ГС в языковом сознании носителей русского языка было проведено два лингвистических эксперимента:

- 1) по называнию слов, характеризующих мужчин и женщин;
- 2) по определению представлений о характерных для мужчин и женщин речевых особенностях.

В эксперименте участвовали 144 информанта с заданными социальными характеристиками (гендер, возраст, специальность, образование).

Материалом исследования стали данные лингвистических экспериментов с носителями русского языка – реакции, определяющие социально-психологические характеристики мужчин и женщин и особенности их речевого поведения.

Объектом исследования выступили лексико-семантические признаки (ЛСП), полученные в реакциях информантов, на базе которых были смоделированы СМ/СФ и стереотипы речевого поведения мужчин и женщин.

Предметом исследования является специфика структурирования, содержания и иерархии ЛСП, составляющих СМ/СФ и стереотипы речевого поведения мужчин и женщин в языковом сознании носителей русского языка, принадлежащих к различным социальным группам. Изучение особенностей ЛСП позволяет рассматривать их как модель, представляющую содержание слова [Залевская 1999], а, следовательно, и как инструмент анализа содержания ГС.

Достоверность исследования обеспечивается качественной и количественной репрезентативностью выборки информантов. Объём исследованного

материала составил 3584 реакции информантов: 1202 реакции, данные на определение СМ, и 1162 реакции, данные на определение СФ; 615 реакций, описывающих особенности речевого поведения мужчин, и 605 реакций, характеризующих черты речевого поведения женщин.

В качестве основного метода исследования для анализа ГС используется лингвистический эксперимент, который позволяет определить общие и специфические особенности языкового сознания. Применение социолингвистических методик и использование выборки информантов, сбалансированной по основным социальным факторам, позволяют учесть различные социальные параметры информантов, такие как пол, возраст, образование, специальность, этническую принадлежность, которые могут оказывать влияние на формирование ГС в языковом сознании носителей языка.

Полученные от информантов реакции объединены в более крупные группы по ЛСП при помощи семантического анализа на основе общности значения полученных реакций. В работе осуществлен, таким образом, анализ не отдельных реакций информантов, а объединение реакций в широкие смысловые блоки, которые позволили в конечном счете определить основные аспекты гендерной стереотипизации в языковом сознании.

Кроме того, при сравнении полученных ЛСП маскулинности и феминности использовались описательный и сопоставительный методы. Количественная обработка данных позволила проследить распределение реакций по социальным группам.

Практическая ценность проведенного исследования определяется возможностью применения его теоретических выводов в курсах по социолингвистике, лексической семантике и гендерной лингвистике; практические результаты и некоторые принципы анализа ГС могут быть использованы при составлении ассоциативных словарей, а также в работе специалистов по социальной психологии, лингвокультурологии и тех, кто занимается лингвистическими аспектами создания рекламы. Практическое значение работы связано с возможностью применения отработанной методики для исследования не только ГС, но и этнических, профессиональных и возрастных стереотипов.

Многоаспектность и междисциплинарность исследования проблемы гендерной стереотипизации определила структуру монографии. Она состоит из Введения, четырех глав, Заключения, Библиографического списка, Приложения.

ГЛАВА 1.

ГЕНДЕРНЫЙ СТЕРЕОТИП: ПОНЯТИЕ И ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВАНИЯ ИССЛЕДОВАНИЯ

Явление стереотипизации рассматривается в разных гуманитарных науках: психологии, социологии, этнографии, этнопсихолингвистике, когнитологии и др. Каждая из названных дисциплин по-своему интерпретирует понятие стереотипа, однако в трактовках социального и гендерного стереотипов есть много взаимодополняющих моментов, необходимых для лингвистического понимания гендерной стереотипизации. Невозможно заниматься исследованием стереотипов в языке и языковом сознании, не обращаясь к данным других гуманитарных наук, в которых разработка этого понятия началась гораздо раньше, чем в лингвистике. Обращение к теоретическим основаниям исследования ГС в междисциплинарных с лингвистикой областях знания позволит, на наш взгляд, глубже понять и интерпретировать стереотип с точки зрения лингвистики. Представим обзор некоторых подходов к определению социального и ГС, которые помогут выработать наиболее точное определение стереотипа вообще и ГС в частности, обозначить их структуру, определить причины их возникновения и показать зависимость их структуры в языковом сознании носителей языка от социальных факторов.

1.1. Социальный стереотип в современных социально-психологических теориях

ГС, как известно, является разновидностью социального стереотипа, повышенный интерес к которому обозначился в западной социологии в 70-е годы и сохраняется до настоящего времени. В западной и российской психологии, политологии и социологии теории стереотипов разрабатываются в основном на макротеоретическом уровне. В этих исследованиях содержатся различные интерпретации стереотипа как некоего когнитивного образования с определенными психологическими механизмами, формирующимися под воздействием разнообразных внешних и внутренних факторов [Манзуллина 2005: 49].

Впервые термин «стереотип», как известно, был введен в общественные науки в 20-е гг. XX в. в США, когда возникла необходимость изучения и объяснения законов функционирования массового сознания. Основателем концепции стереотипного мышления и поведения стал американский ученый У. Липпман. В своей работе «Общественное мнение» (1922 г.) У. Липпман утверждал, что стереотипы – это упорядоченные, схематичные детерминиро-

ванные культурой «картинки мира» в голове человека, которые экономят его усилия при восприятии сложных социальных объектов и защищают его ценности, позиции и права [Липпман 2004].

По мнению У. Липпмана, реальная окружающая среда слишком объемна, слишком сложна и быстротечна для непосредственного восприятия. Человек не способен реагировать на все ее тонкости и многообразие. И хотя люди вынуждены существовать именно в такой среде, ее приходится реконструировать по более простой модели, чтобы легче воспринимать. Именно такой моделью, способствующей социальному познанию, является стереотип. Таким образом, интуитивные, общепринятые человеком понятия и категории, используемые для интерпретации действительности, на самом деле являются понятиями и категориями, составляющими когнитивные модели действительности, или стереотипы. Стереотипы существуют не столько ради истины, точности отражения реальности, сколько ради оперативности социального познания. Другими словами, стереотипизация выполняет функцию экономии или минимизации когнитивных усилий. В своей работе У. Липпман назвал две важные, на его взгляд, причины, которые оказывают непосредственное влияние на формирование стереотипов. Первая причина заключается в использовании принципа экономии усилий, характерного для повседневного человеческого мышления и выражающегося в том, что люди стремятся не реагировать каждый раз по-новому на новые факты и явления, а стараются подводить их под уже имеющиеся категории. Вторая причина сводится к защите существующих групповых ценностей.

Таким образом, У. Липпман выдвинул тезис о том, что общественное сознание поставляет информацию в виде цельных, внутренне не дифференцированных стереотипов нормативно ориентирующего поведения, благодаря чему осуществляется стабилизирующая функция социального контроля, функция преемственности культуры. Этот подход, выработанный почти век назад, и сегодня остается актуальным в науке. Определение стереотипа, данное У. Липпманом, стало базовым для всех последующих исследований стереотипизации.

Впоследствии было предложено достаточно большое количество различных уточнений понятия социального стереотипа. В зависимости от теоретической ориентации авторов на первый план выдвигались соответствующие аспекты этого явления. Нас будет интересовать прежде всего то, признают ли У. Липпман и другие исследователи социальных стереотипов присутствие в них индивидуальной составляющей, и являются ли социальные стереотипы объективным отражением социальной реальности. Далее мы остановимся на описании именно этих аспектов. Для лингвистического понимания ГС эти два

вопроса, как нам кажется, представляются наиболее важными, однако менее всего разработанными.

В западных исследованиях [Adomo 1950; Allport 1958; Bettlheim and Janowicz 1966; Bogardus 1950; Martin 1964; O'Hara 1961; Taguiri 1969; Tajfel 1981, 1982; Vinacke 1957] содержатся различные интерпретации стереотипа как определенного психологического механизма, формирующегося под воздействием тех или иных внешних и внутренних факторов.

Как было сказано выше, концепция У. Липпмана заложила глубокую теоретическую основу для дальнейших исследований стереотипизации. Американский ученый исходил из того, что социальный стереотип имеет исключительно функциональное значение, необходимость которого сводится к оценке зафиксированного образа с позиции устойчивости полученных в ходе социализации представлений. Основой социального стереотипа, по У. Липпману, является его устойчивость, которая имеет место в силу того, что стереотип признается значимым для референтной группы субъекта социального взаимодействия (признак массовости) и не подвергается сомнению посредством рассудочной деятельности. Эта часть концепции У. Липпмана, в определенной мере абсолютизированная, является наиболее спорной, потому неслучайно в дальнейшем получила критику в социальных науках.

Одним из оппонентов У. Липпмана был Р. О'Хара, автор широко известной работы «Медиа для миллионов». Исследователь обращает внимание на то, что стереотип является не только и не столько продуктом социализации, сколько следствием воздействия на социальную сферу средств массовой коммуникации [O'Hara 1961: 45–76]. Теория Р. О'Хара способствовала дальнейшему более глубокому изучению социального стереотипа. Главная заслуга исследователя состоит в том, что он показал динамичный аспект в развитии стереотипизации. В то же время ученый в своих исследованиях ушел от анализа активности роли субъекта в категоризации и стереотипизации отражаемой в его сознании действительности, то есть вопроса оценки и интерпретации субъектом восприятия причин и мотивов поведения других людей. Р. О'Хара практически полностью исключил из условий формирования социальных стереотипов процесс субъект-субъектного взаимодействия. В своей теории стереотипизации Р. О'Хара упускает то, что индивид, даже невзирая на наличие жесткого пресса массовых коммуникаций, является активным преобразовательным субъектом, который ориентирован не только на взаимодействие с властью и обществом, но и с представителями референтной ему социальной группы.

Данный методологический пробел в должной мере был преодолен в трудах английского социального психолога Г. Тэджфела. Он связывал процесс стереотипизации с формированием социальной идентичности. Анализируя

стереотипы, Г. Тэджфел в определенной мере возвращается к липпмановской традиции изучения данного вопроса. Он исходит из того, что основой формирования стереотипов является формирование когнитивной “Я-концепции”, основанной на организации социальной памяти субъекта, в первую очередь, через соотношение вербальных и образных компонентов в процессе запоминания и мышления [Tajfel 1982: 67–86]. В рамках этой концепции основная сущность стереотипизации сводится к тому, что на ее основе осуществляется одновременно и конструирование личностью социальной реальности (преобразовательный аспект), и формирование зависимых от членов референтной группы стереотипных оценок, находящих речевое воплощение (адаптационный аспект).

Г. Тэджфел выделяет основные характеристики стереотипа, которые можно свести к следующим:

1) люди с легкостью проявляют готовность характеризовать обширные человеческие группы (или социальные категории) недифференцированными, но в целом грубыми и пристрастными признаками;

2) такая категоризация отличается прочной стабильностью в течение длительного времени;

3) социальные стереотипы в некоторой степени могут изменяться в зависимости от социальных, политических или экономических изменений, но этот процесс происходит достаточно медленно;

4) социальные стереотипы становятся более отчетливыми («произносимыми») и враждебными, когда возникает социальная напряженность между группами;

5) они усваиваются очень рано и используются детьми задолго до возникновения ясных представлений о тех группах, к которым относятся;

6) социальные стереотипы не представляют большой проблемы, когда не существует явной враждебности в отношениях групп, но в высшей степени трудно модифицировать их и управлять ими в условиях значительной напряженности и конфликта [цит. по Агеев 1986: 95–96].

В целом работы Г. Тэджфела и Р. О'Хара оказали заметное влияние на характер и интенсивность изучения социальных стереотипов, которые целесообразно и методологически правильно, на наш взгляд, понимать с позиций активного участия индивида как представителя определенной социальной группы в процессе стереотипизации. Неслучайно, основой теорий Г. Тэджфела и Р. О'Хара стало предположение о зависимости формирования стереотипов в сознании от представлений социальной группы, к которой принадлежит индивид. Впоследствии Г. Тэджфел предпринял попытки изучить влияние на процесс формирования социальных стереотипов метасистемы социальных ценностей и идеологических образований, но данные исследования оказались не-

реализованными в полной мере. Необходимо отметить, что влияние метакультуры на характер и особенности стереотипизации в западной социальной науке является слабо изученным. На этот момент обращает внимание швейцарский социальный психолог В. Дуаз.

В. Дуаз говорит о соотношении индивидуального, группового и общественного в процессе стереотипизации и выделяет четыре уровня стереотипов и соответствующих им ценностей, на основании которых они были сформированы (см. табл. 1).

Таблица 1

Уровни социального стереотипа (по В. Дуазу)

Уровни	Содержание уровня	Место реализации уровня
1	Индивидуально-психологические особенности формирования представлений о своей социальной среде	Индивидуальное сознание
2	Представления, складывающиеся в ситуации межличностного общения	Групповое сознание
3	Коллективные представления, формирующиеся в межгрупповых отношениях	Общественное сознание
4	Идеология, которая складывается под влиянием определенных исторических условий	Общество

Как видно из таблицы 1, на первом уровне складываются такие стереотипные образования, которые определяются индивидуально-психологическими особенностями отношения человека к окружающей его социальной среде. Эти образования в «чистом» виде, как указывает В. Дуаз, не существуют, так как они зависят от тех социальных стереотипов, которые формируются на втором уровне в виде тех представлений, которые образуются в системе межличностной коммуникации. На третьем уровне формируются так называемые коллективные представления. Условием их возникновения являются межгрупповые отношения. На четвертом уровне В. Дуаз размещает идеологию, которая выступает в качестве интегрирующего фактора не отдельных групповых образований, а непосредственно всего общества [Doise 1978a, б]. Структура стереотипа, предложенная В. Дуазом, на наш взгляд, в полной мере соответствует философской концепции общественного, группового и индивидуального сознаний.

Давая оценку четырем уровням социального стереотипа, В. Дуаз обращает внимание на исчерпывающий характер исследованности первых двух уровней, относительно достаточного исследования проблематики на примере

этнических стереотипов на третьем уровне и совершенно слабой исследованности характера образования социальных стереотипов на четвертом уровне. Исследователь делает вывод о необходимости проведения научных изысканий в сфере анализа влияния идеологии на процесс формирования социальных стереотипов в едином стратифицированном пространстве с учетом особенностей восприятия социальных установок в разных стратах общества [там же].

О соотношении индивидуального и социального в стереотипе говорит также Э. Вайнеки [Vinaske 1957]. Анализируя процесс формирования представлений об объекте, Э. Вайнеки пытается выявить специфику стереотипа. Э. Вайнеки различает представления об интенциональных и экстенциональных свойствах объекта. Интенциональные свойства объекта, согласно его объяснениям, – это свойства объекта, выделяемые субъектом и имеющие для него в конкретной ситуации жизненно важное значение, которое может отличаться от значений, придаваемых этому свойству другими людьми. Экстенциональные свойства имеют всеобщее, одинаковое значение для всех “нормальных” людей. Стереотип, по мнению Э. Вайнеки, это такое явление, которое может формироваться на основе как интенциональных, так и экстенциональных свойств (в отличие, например, от научных понятий, которые складываются только на основе экстенциональных свойств). Вместо проблемы истинности стереотипов Э. Вайнеки ставит в центр внимания проблему абсолютизации тех или иных конкретных свойств объекта, возведение их в ранг сущностных, критерием чего является их социальная значимость [цит. по Шихирев 1971: 171]. Стереотип, согласно этой концепции, отличается от других видов знания тем, что соотносится главным образом не с соответствующим объектом, а со знаниями конкретных людей о нем. Мы считаем, что Э. Вайнеки, таким образом, делает методологически правильный вывод о том, что в стереотипе прочно «сплавлены» как индивидуальные представления об объектах окружающей действительности, так и представления всего общества и социальных групп, которые довлеют над сознанием отдельно взятых индивидов, стереотипизирующих свойства воспринимаемого объекта.

Соотношение индивидуального, группового и общественного в стереотипе может рассматриваться и с другой стороны. Так, в гуманитарных науках исследуется вопрос о том, отражают ли стереотипы объективно существующую реальность и как происходит процесс оценки этой реальности.

Так, Т. Шибутани определяет социальный стереотип как «популярное понятие, обозначающее приблизительную группировку людей, с точки зрения какого-то легко различимого признака, поддерживаемое широко распространенными представлениями относительно свойств этих людей» [Шибутани 1999: 101]. По мнению Т. Шибутани, подобные абстракции формируются путем комбинации выделяющихся форм поведения у части людей, классифицируемых оп-

ределенным образом. В качестве примера он приводит этнические меньшинства: к людям из этнических меньшинств обычно подходят так, словно все они одинаковые. Несмотря на многочисленные неточности, такие категории увековечиваются, потому что в существовании отдельных штрихов, на основе которых эти люди объединяются, окружающие иногда убеждаются сами.

У. Квастгоф под социальным стереотипом понимает речевое выражение мнения о социальных группах или об отдельных лицах как представителях этих групп. Согласно его точки зрения стереотип обладает логической формой суждения в заостренно упрощающей и обобщающей форме, с эмоциональной окраской приписывающего определенному классу лиц определенные свойства или установки или, наоборот, отказывающего им в этих свойствах или установках [Quasthoff 1978]. Данное понимание социального стереотипа важно для лингвистической трактовки этого понятия: действительно, чтобы стать стереотипом, определенное слово и словосочетание должно вербализоваться и постоянно повторяться в речи представителей всего лингвокультурного сообщества.

Таким образом, большинство исследователей понимают под социальным стереотипом склонность воспринимающего субъекта легко и быстро относить воспринимаемого человека в определенные категории в зависимости от его возраста, пола, этнической принадлежности, национальности и профессии и тем самым приписывать ему качества, которые считаются типичными для людей этой категории [Агеев 1986: 95]. Некоторые ученые считают, что в основе подобного рода стереотипизации лежит неточность и обобщенность познаваемой действительности, вследствие чего социальный стереотип не может быть объективным образом действительности: «стереотип – это предвзятое, то есть не основанное на свежей непосредственной оценке каждого явления, а выведенное из стандартизованных суждений и ожиданий, мнение о свойствах людей и явлений» [Кон 1966: 188]. Данное утверждение представляется спорным, поскольку воспринимающий субъект опирается не только на стандартные суждения об объекте, существующие в общественном сознании, но и на представления, полученные в ходе взаимодействия с определенной социальной группой, к которой он принадлежит, и на собственные представления.

Тем не менее «негативный аспект» социального стереотипа долгое время выделялся большинством исследователей стереотипизации в гуманитарных науках.

Так, в конце 50-х годов в западной научной мысли наибольшую популярность получила интерпретация стереотипа, предложенная швейцарским психологом К.Г. Юнгом. Стереотип понимался им как «ложная классификационная концепция, с которой, как правило, связаны какие-то социальные чувственно-эмоциональные тона сходства и различия, одобрения или осуждения другой группы» [цит. по Бабаева 2000: 12–13]. К стереотипам сложи-

лось негативное отношение: они стали толковаться как нечто заведомо ложное и неверное. Более того, стереотип стал выступать синонимом ошибочной оценки или предвзятого мнения о явлениях или группах. Только с возникновением гипотезы американского психолога О. Клайнберга постепенную популярность приобрело суждение о наличии в стереотипе определенного «зерна истины» [Klineberg 1950]. Согласно его гипотезе, объем истинных знаний в стереотипах превышает объем ложных. Теперь уже не должно вызывать сомнения, что социальные стереотипы не сводятся к совокупности мифических представлений. Социальный стереотип есть образ социального объекта, а не просто мнение о нем, никак не обусловленное объективными характеристиками последнего и всецело зависящее от воспринимающего (стереотипизирующего) субъекта, который «наделяет» объект приписываемыми ему признаками.

В российской науке до конца 50-х годов термин «стереотип» не употреблялся. Хотя проблема употребления шаблонов поведения человека ставилась. Наиболее всесторонне это явление было рассмотрено в трудах П.А. Сорокина. Не вводя в обращение сам термин «стереотип», он описал процесс функционирования стереотипов в социокультурной группе. Так, ученый подчеркивал: «Ряд процессов и форм поведения заранее зафиксирован в том или ином виде и выполняется большинством членов группы» [Сорокин 1992: 13]. Исследователь указывает на то, что «в каждой группе имеется определенный порядок взаимоотношений. Этот официально-групповой шаблон поведения представляет как бы “костяк” группы, на котором дальше выводятся другие, более детальные узоры поведения» [Сорокин 1992: 21]. Интегральным фактором социальной жизни в концепции П.А. Сорокина выступает коллективный рефлекс. Словом, вся социальная жизнь видится ему в виде нескончаемой цепной реакции. И хотя «каждая социальная группа всегда имеет в своей среде “инакомыслящих”, но и они ведут себя согласно нормам “официальным”» [там же: 27]. П.А. Сорокин описал механизм действия стереотипов в социокультурных группах, но не описал причины этого механизма.

После работ П.А. Сорокина к проблеме устойчивых форм поведения долгое время не обращались, и лишь в 60-х гг. в отечественной науке появился ряд работ критического содержания, в которых рассматривались проблемы стереотипизации и стереотипов. Тогда же впервые в отечественной науке были предприняты попытки дать определение понятию «стереотип». Так, в статье «К вопросу о теории “стереотипизации” в социологии» российский социолог В.А. Ядов критично высказался относительно преобладавшего в то время в западной науке социально-бихевиористского толкования социальных стереотипов. В.А. Ядов понимал под стереотипом «чувственно окрашенные социальные образы» [Ядов 1960: 47–58]. Полемизируя с У. Липпманом, ученый ставит под сомнение существование социальных стереотипов как таковых,

признавая наличие стереотипизации лишь в психологическом плане. В.Я. Ядов правомерно считает, что исследователь, работающий в области социологии, должен исходить из того, что индивид есть активно преобразующий социальную среду субъект, а не объект социальных отношений [там же: 47–58].

Важной работой в изучении вопроса о социальных стереотипах можно назвать также кандидатскую диссертацию С.А. Мурадяна «Гносеологический анализ проблем стереотипа». В своем диссертационном исследовании С.А. Мурадян предпринял попытку комплексного изучения социального стереотипа, сделав акцент на условиях его формирования [Мурадян 1977: 10]. С.А. Мурадян выделил три аспекта стереотипов: социальные функции стереотипа, его сущность и содержание. В то же время исследование не было лишено и некоторых недочетов. С.А. Мурадян, показывая причины стереотипизации, видит ее истоки в разделении всего знания на научное и обыденное. Поскольку с первым он связывает объективное знание (истинное), а со вторым – объективизированное (ложное), то отсюда следует, что любое обыденное знание является ложным. Игнорирование С.А. Мурадяном когнитивного аспекта социального стереотипа обуславливает недостаточно четкое понимание структуры социального стереотипа, в который входят индивидуально-групповые представления как результат активной когнитивной деятельности человека.

Особенность стереотипов – как явления группового и общественного сознания с определенными характеристиками и функциями, а также социальными и психологическими механизмами, явления, играющего значительную роль в жизни социальных групп, общества и в международных отношениях – в определенной мере раскрывается в работах советских и российских социологов, социальных психологов и философов [Базиков 1999 и др.; Бодалев 1970, 1971; Гаджиев 1990; Зак 1976; Карбовский 1984; Кон 1966, 1981; Кондратенко 1968; Платонов 1981; Семендяева 1986; Шерковин 1975; Шихирев 1971, 2000; Ядов 1960].

В целом в России сформировался следующий подход к проблеме исследования стереотипов: в работах российских исследователей наиболее часто встречается определение стереотипа как «образа» или «набора качеств», как достаточно примитивного или эмоционально окрашенного представления о действительности, неадекватно отражающего объективные процессы. Однако сегодня большинство российских ученых (вслед за западными) стали более осторожно подходить к феномену стереотипа, считая последний преимущественно комплексным образованием и оценивая его содержание не только с негативной стороны [Агеев 1986, 1987, 1990; Васильева 1988; Сорокин 1992, 1998; Стефаненко 1987, 1999 и др.]. В современной социологии принимается,

что процесс стереотипизации выполняет действительно объективно необходимую функцию, позволяя быстро и достаточно надежно категоризировать и, следовательно, упрощать восприятие социального окружения индивида.

Итак, обобщим, в каких направлениях шло изучение феномена стереотипа, на каких его аспектах исследователи прежде всего акцентировали внимание. Как считает П.Н. Шихирев, речь может идти о четырех взаимосвязанных аспектах:

- 1) аспект когнитивный;
- 2) аспект аффективный;
- 3) аспект социально-психологический;
- 4) аспект социологический [Шихирев 1971].

Остановимся подробнее на четырех выделенных П.Н. Шихиревым аспектах.

1. Когнитивный. В этом аспекте стереотип изучается как составная часть когнитивного (познавательного) процесса, как результат процесса стереотипизации (в литературе это то же, что и процесс генерализации, схематизации). Сюда же, по мнению П.Н. Шихирева, можно отнести и гносеологический анализ стереотипа: выявление степени истинности содержащегося в нем знания, а также структурный анализ стереотипа (например, изучение таких его свойств, как фиксированность и устойчивость).

2. Аффективный. С этой точки зрения стереотип изучается как эмоционально-оценочное явление. Этим в основном занимаются различные теории установки (их интересуют, прежде всего, фиксация установки, ее изменение, анализ составляющих частей).

3. Социально-психологический. Изучение этого аспекта тесно связано с изучением предыдущего (аффективного) аспекта. К нему относятся прежде всего исследования стереотипа как образа человека – представителя той или иной социальной группы. Большую часть работ, выполненных в этом ключе, составляют исследования этнических предрассудков.

4. Социологический. В этом контексте стереотип изучается как значимый фактор, участвующий в процессе формирования и функционирования социальных групп.

Необходимо отметить, что сегодня во многих работах к стереотипу обращаются в контексте исследования процесса стереотипизации, которая, в свою очередь, трактуется в духе определений из «Краткого словаря по социологии» [Краткий словарь по социологии 1988] или «Современной западной социологии» [Современная западная социология: словарь 1990]: процесс стереотипизации понимается как процесс «низшего уровня», и акцент делается на поспешности обобщения, генерализации по немногим бросающимся в глаза признакам, воспринимаемым как существенные для данного объекта (или

же процесс стереотипизации определяется как схематизация и упрощение свойств воспринимаемого объекта). Возразить данным определениям можно, приведя слова М. Яходы: «Стереотипы нельзя также представить как чрезмерное упрощение свойств внешнего мира. Многие стереотипы фактически представляют собой детализацию этих свойств» [A Dictionary of the Social Science 1964: 694].

Если под социальным стереотипом понимают восприятие кого-либо в категориях группового членства, то ГС, являющиеся разновидностью социального стереотипа, в самом общем смысле определяют как социально разделяемые представления о личностных качествах и поведенческих моделях мужчин и женщин, а также о гендерной специфике социальных ролей.

1.2. Понятие «гендер» в психологии и социологии

Впервые термин «гендер» в значении «социальный пол» был введен в научный обиход американским психоаналитиком Р. Столлером, когда в 1968 году вышла его работа «Пол и гендер: о развитии мужественности и женственности». По мнению Р. Столлера, гендер – это понятие, которое базируется на психологических и культурных пояснениях, достаточно независимых от тех, которые толкуют биологический пол [Stoller 1968]. Р. Столлер подчеркивает, что разница между полом и гендером состоит в том, что пол является биологическим, гендер же – психологическим, а, следовательно, культурным феноменом. Категория «пол» недостаточна при объяснении многих гендерных феноменов, поскольку не все индивиды попадают в ту или иную категорию так однозначно, как это предполагалось раньше [Fausto-Sterling 1985; Money 1986; Money, Tacker 1975; Stoller 1985]. Социальное воспитание, или социализация, является решающим элементом для формирования гендерной идентичности человека [Gangnon, Henderson 1985]. В процессе социализации усваиваются гендерные роли, определяющие в конечном счете поведение индивида в разных ситуациях. Ролевая теория, которую начал разрабатывать Р. Линтон [Linton 1936], а затем продолжил Т. Парсонс [Parsons 1951; Parsons, Bales 1955] и М. Комаровски [Komarovsky 1946; 1950], подчеркивала социальный и динамический аспекты конструирования ролей и их осуществления.

Гендер включает в себя целый комплекс понятий:

- 1) социальный пол, то есть половые роли, сконструированные и создаваемые обществом;
- 2) совокупность социальных и культурных норм, которые общество предписывает выполнять людям в зависимости от их биологического пола;
- 3) социальный статус мужчин и женщин, занимающих различное (как правило иерархическое) положение в обществе;

4) сущностные черты гендера – полярность, противопоставление, неравенство.

Далее термин «гендер» в значении социокультурного пола в социологии использует Энн Оукли: в 1972 г. вышла ее книга «Пол, гендер и общество» [Oakley 1972]. Социологическая трактовка понятия «гендер» рассматривает гендер как социальный конструкт, возникающий в процессе социализации. Гендерные роли, существующие в обществе, относительно и могут быть изменены, они различаются в разные исторические времена и в разных обществах: «человеческие культуры различны и бесконечно изменчивы. Они обязаны своим созданием скорее человеческой изобретательности, чем непобедимым биологическим силам» [цит. по Томпсон, Пристли 1998: 75]. Итак, введение термина «гендер» сделало возможным различение «маскулинности» (мужественности) и «фемининности» (женственности) как социокультурных характеристик «мужского» и «женского».

С точки зрения биолого-ориентированной науки, в основании любых психосоциальных феноменов, отмечаемых в пространстве взаимодействия мужчин и женщин, всегда находится некоторая биологическая сущность. В этой парадигме считается, что именно из-за существующих биологических различий в обществе складывается дифференцированная по полу система социальных ролей, действующая по принципу взаимодополнительности и максимального учета данных природой возможностей. Следовательно, на социальном уровне каждый пол в идеале всегда должен исполнять только подходящие его конституции роли, которые и предписываются мужчинам и женщинам с помощью социальных норм и системы социального контроля над их соблюдением. С конца XIX в. до 70-х гг. XX столетия биологическая парадигма описания пола и сексуальности человека фактически была единственной. Это и повлияло на содержание когнитивных схем восприятия мужского и женского, согласно которым биологическая основа пола всегда определяет его психологические и социальные проявления.

Однако, кроме биологических отличий, между людьми существует разделение социальных ролей, форм деятельности, различия в поведении и психологических характеристиках.

Во-первых, мужчины и женщины обладают разными степенями маскулинности и фемининности. Они могут быть в большей или меньшей степени маскулинными, фемининными или андрогинными, сочетающими в себе мужские и женские свойства.

Во-вторых, мужские и женские свойства очень многогранны и многомерны. Например, «мужское» телосложение может сочетаться с «женскими» интересами и чувствами и наоборот, причем многое зависит от ситуации и сферы деятельности [Кон 1981, 2002].

В-третьих, традиционные представления о маскулинности и фемининности основываются не на строгих аналитических теориях, а на здравом смысле и повседневном опыте: какие-то черты или свойства считаются «женскими» просто потому, что в доступном эмпирическом материале их чаще или сильнее проявляли женщины. Но это может зависеть не от биологических факторов, а от среды и воспитания, темперамента. Происходящие изменения в социальном положении женщин и мужчин в современном зарождающемся информационном обществе [Белл 1999; Кастельс 1999; Тоффлер 1999] подорвали многие привычные стереотипы, побуждая рассматривать эти различия и вариации не как нежелательные отклонения от подразумеваемой нормы, а как нормальные, естественные и даже необходимые [Мид 1988; Хубер 2000; Rubin 1975].

Вслед за А.В. Кирилиной мы считаем, что методологическое разграничение биологического пола и социального пола («гендера») [Кирилина 2000б: 12] является одной из важных задач в исследовании современных гендерных отношений. Представим описанный выше методологический подход в таблице 2.

Таблица 2

Различия между полом и гендером

Пол (sex)	Гендер (gender)
<p>Биологический пол Совокупность анатомо-физиологических особенностей людей, на основе которых человеческие существа определяются как мужчины и женщины</p>	<p>Социальный пол • социальный конструкт (создается обществом); • социальная модель поведения мужчин и женщин; • социальный статус мужской и женской общностей, находящихся в отношениях иерархии</p>
<p>Предписанный (прирожденный) статус • находится вне контроля, зависит от природы; • неизменный</p>	<p>Приписываемый (достижимый) статус • находится под контролем человека; • изменчивый – роли мужчин и женщин: меняются с течением времени и разнятся в разных обществах и культурах</p>

Как видим из таблицы 2, социально-психологический подход к пониманию понятий пол и гендер позволяет отделять биологические роли мужчины и женщины от социальных, проанализировать, как пол и гендер взаимодействует между собой, и осознать то, что, в отличие от биологического, социальное поддается изменению.

Усложнение проблематики изучения гендерных феноменов потребовало от науки терминологического уточнения, которое указывает нам, что речь идет не о природных, а о социальных отношениях и нормах.

Итак, в категории «гендер», в отличие от категории «пол», содержатся ценностные ориентации и установки, на основании которых строятся гендерные отношения в обществе

Гендер трактуется, таким образом, как одно из базовых измерений социальной структуры общества, который вместе с другими социально-демографическими и культурными характеристиками (раса, класс, возраст) организуют социальную систему. Смысл понятия «гендер» заключен прежде всего в идее социального моделирования или конструирования пола. Социальный пол конструируется социальной практикой. В обществе возникает система норм поведения, предписывающая выполнение определенных половых ролей; соответственно возникает жесткий ряд представлений о том, что есть «мужское» и «женское» в данном обществе. Гендер – совокупность социальных репрезентаций, а не природой закрепленная данность. Гендер – культурная маска пола, то, что мы думаем о поле в границах наших социокультурных представлений. Термин «гендер» используется для описания социальных, культурных, психологических аспектов «женского» в сравнении с «мужским», то есть «при выделении всего, что формирует черты, нормы, стереотипы, роли, типичные и желаемые для тех, кого общество определяет как женщин и мужчин» [Пушкарева 1999: 166].

Именно поэтому современные ученые говорят даже не о гендере, а о гендерах, подчеркивая употреблением множественной формы тот факт, что эта категория исторически и культурно изменяющаяся. То, что вкладывается в содержание выражения «быть женщиной» или «быть мужчиной», изменяется от поколения к поколению, различно для разных расовых, этнических, религиозных групп так же, как и для разных социальных слоев [Ключко 2002: 25].

В этом контексте проявляет себя социальный стереотип как основной регулятор межличностных отношений в современном обществе. А ГС – один из видов социальных стереотипов, основан на принятых в обществе представлениях о маскулинном и фемининном и их иерархии в социуме, в соответствии с ними человек регулирует свое поведение и поведение других людей, определяет свою гендерную роль, т.е. обозначает нормативные предписания и ожидания, которые культура и общество предъявляют мужскому и женскому поведению.

Термин «гендер» призван, на наш взгляд, подчеркнуть тот факт, что биологические характеристики сексуальности не даны человеку непосредственным образом, а всегда преломляются через призму индивидуального сознания и социальных представлений, т.е. существуют в виде субъективного и зафиксированного в культуре знания о них.

1.3. Гендерный стереотип как разновидность социального стереотипа

За каждым индивидом в социуме закрепились гендерная роль мужчины или женщины. На основе гендерных ролей формируются некие обобщенные представления об особенностях поведения и коммуникации мужчин и женщин, об ожидаемых от них реакциях и действиях, о приемлемых только для мужчин или только для женщин видах деятельности – иными словами, в общественном сознании формируются ГС [Воронина 2001]. Гендерная стереотипизация касается многих сфер жизнедеятельности субъекта: социальной дифференциации, культурного фона, образованности и уровня научных знаний, речевого поведения индивидов, представлений о различных характеристиках индивидов в языковом сознании. Связано это, как утверждает Э. Гоффман, с тем, что в процессе взаимодействия друг с другом и со своим окружением люди предполагают, что каждый участник процесса взаимодействия обладает «сущностной природой» («естеством»), распознаваемой через «естественные знаки, которые являются данностью или выражаются людьми» [Goffman 1976: 75]. Женственность и мужественность рассматриваются как «прототипы сущностного выражения – как нечто, схватываемое с первого взгляда в любой социальной ситуации и тем не менее воспринимаются нами как самая основная характеристика индивида» [там же: 75]. Средства, которыми мы пользуемся для такого выражения, представляют собой «формальные конвенциональные акты» [там же: 69], которые делают явным для других наше отношение к ним, указывают на нашу позицию в контакте и на опытным уровне устанавливают условия контакта, применимые для данной социальной ситуации.

В рамках социоконструктивистского подхода «гендер» и ГС представляют собой «такую инсценировку социального сценария культурных представлений о мужском и женском естестве, которая разыгрывается в присутствии аудитории, хорошо обученной пониманию идиом данного представления» [Уэст, Зиммерман 2000: 193–220].

Отечественные и западные психологи, занимающиеся исследованием социальных стереотипов фактически единодушны в том, что половозрастные закономерности формирования представлений и установок мужественности/женственности «являются прежде всего закономерностями усвоения и присвоения, интериоризации существующих в культуре полоролевых стереотипов, проявляющихся в непосредственном поведении людей» [Каган 1989: 54]. Эту же идею подтверждают Ю.Е. Алешина и А.С. Волович, которые отмечают, что «результаты работ, проведенных за последние 15 лет, дают все

больше доказательств в пользу социокультурной детерминации половых различий» [Алешина, Волович 1991: 74].

Повышенный интерес к проблеме ГС обозначился в западной социологии в 70-е гг. и сохраняется до настоящего времени [Мид 1988 и др.; Bem 1970, 1975; Hunter 1976; Maccoby, Jacklin 1974; Mckee, Sheriffs 1957]. Этот интерес подогревается, помимо бурного развития гендерных исследований, еще и тем, что анализ ГС стал «благодатным полем исследований ввиду их очевидных отличий от стереотипов этнических» [Рябова 2003]. В российских социально-гуманитарных науках изучение ГС началось сравнительно недавно [Агеев 1986, 1990; Алешина, Волович 1991; Ажгихина 2000; Виноградова Семенов, 1993; Каган 1989; Клецина 1998, 2004; Кон 1981, 2002; Котлова, Рябова, 2001; Панкратова 2001; Репина 1987; 2002; Рябова 2003, 2009; Юферова 1980 и др.].

Практически во всех исследованиях указанных выше авторов ГС касаются социальных образов женственности/феминности и мужественности/маскулинности. Однако необходимо отметить, что в дефинициях ГС нет единства. Ряд исследователей в своих определениях акцентируют внимание на личностные характеристики мужчин и женщин: «гендерные или полоролевые стереотипы – это схематизированный набор представлений о типичных характеристиках мужчин и женщин» [Ashmore 1986 *Перевод наш – М.В.*]. Другая группа определений берет за основание сами концепты маскулинности и феминности: «гендерные стереотипы – это обобщенные, схематизированные образы маскулинности и феминности» [Renzetti 1995 *Перевод наш – М.В.*]. В данном случае можно добавить: образы социально разделяемые и имеющие эмоционально-оценочный характер. В еще одной группе определений акцент приходится на гендерные отношения; эти дефиниции, как правило, более сложные и развернутые: «гендерные стереотипы – это *социально конструируемые* (выделено мной – М.В.) категории “маскулинность” и “феминность”, которые подтверждаются различным в зависимости от пола поведением, различным распределением в обществе мужских и женских социальных ролей и статусов, которые поддерживаются психологическими потребностями человека вести себя в социально желаемой манере и ощущать свою целостность, непротиворечивость» [Basow 1992 *Перевод наш – М.В.*]. Это определение представляется нам наиболее точным, так как включает в себя, кроме социальных представлений о том, какие качества, свойства атрибутируются мужчине и женщине, также и социальные представления о подобающих для мужчины и женщины занятиях и социальных ролях в обществе и семье.

В понятие ГС, таким образом, необходимо включать представления о социальных различиях между мужчиной и женщиной, достаточно устойчивые, стандартизированные представления о женских и мужских моделях поведения, о системе социальных ролей и статусов, присущих мужчине и женщине.

В отличие от исследователей, которые считают, что ГС формируются не в результате личного опыта человека, а заимствуются им уже в готовом виде, как правило, в процессе социализации от представителей старшего поколения [Дежина 2007], мы, вслед за Т.Е. Ломовой, выделяем в структуре ГС два уровня: индивидуальный (личные представления) и социокультурный (социально-разделяемые представления) [Ломова 2004: 29–30]. Большую роль в воспроизводстве ГС, бесспорно, играют семья, система образования, религия, СМИ и другие социальные институты, которые транслируют и закрепляют их. Однако гендерные представления человека включают не только стереотипные (т.е. социально-разделяемые), но и личные представления о «мужском» и «женском», сформировавшиеся в процессе субъективного опыта. Однако, оговоримся, что выделение индивидуального уровня ГС весьма условно, потому что каждый индивид включен в жизнедеятельность одной или нескольких социальных групп; является, таким образом, носителем определенных свойств и представлений, разделяемых социальной группой. По этой причине следует скорее говорить об индивидуально-групповом уровне ГС: индивид разделяет прежде всего представления, сложившиеся в социальной группе, к которой он принадлежит.

Данный методологический подход учитывает описанный нами ранее тезис зарубежных исследователей об индивидуальной составляющей социального стереотипа (В. Дуаз), с одной стороны, а с другой – подобный подход вписывается в определение гендера как социокультурного конструкта, который подчеркивает, что гендерные параметры поведения представляют собой изменение, процесс и зависят от других социальных параметров личности. Это позволяет не только проанализировать проблему воспроизводства ГС, но и рассмотреть возможность их трансформации в результате активности конкретных индивидов в рамках определенной социокультурной общности или социальной группы.

Кроме того, социоконструктивистский подход позволяет выдвинуть тезис о том, что характер ГС в большей степени определяется не реально существующими биологическими различиями мужчин и женщин, а различными социокультурными факторами. Так, на содержание ГС, как мы предполагаем, влияют этническая принадлежность, пол, возраст и другие социальные факторы. По этой причине носители одной этнокультурной традиции могут иметь различные представления о «мужском» и «женском» в том случае, если их социокультурные характеристики не совпадают.

Признавая, что ГС правомерно рассматривать с двух позиций: в мужском и женском самосознании, с одной стороны, и в коллективном общественном сознании – с другой, мы также считаем необходимым изучение речевого воплощения ГС в языковом сознании отдельных социальных групп общества.

Итак, образы маскулинности и фемининности – это важные компоненты человеческого сознания. С одной стороны, они носят универсальный общечеловеческий характер, так как присущи всем культурам, с другой стороны, выражают специфические особенности, свойственные той или иной социокультурной общности, социальной группе и отдельно взятому индивиду.

Изучая образы маскулинности и фемининности, необходимо исходить из того положения, что это достаточно устойчивые и, тем не менее, исторически изменчивые социокультурные представления. Динамика данных образов, как мы предполагаем, определяется их полевой структурой, состоящей из «ядра», зон, близких к «ядру» («ядерная» и «предъядерная» зоны) и «периферии». Наиболее устойчивым к изменениям является «ядро», в состав которого входят базовые характеристики мужчин и женщин, в значительной степени связанные с общественно разделяемыми представлениями о социальных, психологических качествах мужчин и женщин. «Периферийные» уровни ГС включают в себя характеристики, широко варьирующиеся как в групповом (в рамках социокультурных общностей и социальных групп), так и в индивидуальном сознании. Подобная структура ГС подтверждает то, что источником формирования социальных стереотипов является как личный опыт человека, так и выработанные обществом нормы [Бодалев 1971: 152].

1.3.1. Стереотипы маскулинности и фемининности

Известно, что «...человек родился и с первой минуты слышит звуки своего будущего родного языка. Язык знакомит его с окружающим миром, навязывая ему то видение, ту картину, которую “нарисовали” до него и без него. Одновременно через язык человек получает представление о мире и обществе, членом которого он стал, о его культуре, то есть о правилах общежития, о системе ценностей, морали, поведении и т.п.» [Тер-Минасова 2000: 624]. Именно язык формирует для человека ту среду обитания, в которой он может существовать как личность. «Мы видим, слышим и вообще воспринимаем мир именно так, а не иначе, главным образом, благодаря тому, что наш выбор при его интерпретации предопределяется языковыми привычками нашего общества» [Сепир 1993: 261]. В языках отражаются культурные особенности многочисленных этносов, национальностей, народов, социальных групп: «Язык есть как бы внешнее проявление духа народов: язык народа есть его дух, и дух народа есть его язык, и трудно представить себе что-либо более тождественное» [Гумбольдт 2000: 68].

Мы, вслед за Е.С. Гриценко, придерживаемся мнения, что язык воссоздает гендерные отношения, установленные в обществе, через отраженные в нем ГС: через употребление мужского/женского рода, прилагательных, ассо-

цированных с мужским/женским референтом и т. д. [Гриценко 2005]. Например, некоторые слова имеют гендерные коннотации, определяющие их употребление. В английском языке о фигуре мужчины можно использовать слово *physique* потому, что оно подразумевает силу и крупный размер. Говоря о фигуре женщины, скорее используют слово *figure*, которое подразумевает привлекательность и стройность. Если в обморок падает женщина, о ней скажут *she fainted*, в то время как о мужчине – *he passed out*, так как второй глагол по сравнению с первым имеет менее «изящные» коннотации (ср.: рус. *отключился*) [Goddard 2000].

В когнитивной структуре человека языковые формы запечатлевают окружающий мир и продукты человеческого сознания в форме ГС. Гендер как социокультурный конструкт встроен в эти языковые формы (и способы их употребления) и может быть основным денотативным содержанием языкового знака (например, в личных местоимениях – *он, она, его, ее* и др., в существительных, обозначающих лиц определенного пола – *мужчина, женщина, баба, мужик* и др.).

В других словах отношения между языковым значением и СМ/СФ могут быть выражены опосредовано через сочетаемость с другими лексическими единицами или через ассоциации по смежности, когда речь идет о предметах, признаках, видах деятельности, связываемых носителями языка с представителями женского/мужского пола (так, например, слова *колготки, помада, бюстгальтер* ассоциируются с женщинами, а слова *футбол, охота, рыбалка* – с мужчинами), и через ассоциации по сходству, когда предметам, качествам приписываются стереотипные признаки мужественности или женственности (например, такие слова, как *сила, агрессия* ассоциируются с мужественностью, а слова *слабость, плаксивость, красота* с женственностью). При этом, как отмечает Е.С. Гриценко, гендерная стереотипизация срабатывает автоматически даже при предъявлении вербальных или визуальных стимулов, напрямую не связанных с гендерным аспектом (например, изображения *котенка* или *бейсбольной перчатки*) [Гриценко 2005: 169; Вапaжі 1996]. Данный феномен В.В. Красных объясняет следующим образом: «Ассоциативная организация связей в простейшей форме репрезентирует одну из моделей хранения знаний в памяти человека. Она мыслится как некая форма семантических сетей, существующих в сознании. С каждым узлом семантических сетей в долговременной памяти человека связаны сведения, одновременно с ним возбуждаемые. Следовательно, при определении (установлении) места какого-либо понятия из долговременной памяти одновременно “вытаскиваются” все известные сведения и факты, с данным понятием связанные» [Красных 2002: 182]. Другими словами, вербализация в речи гендерно маркированных языковых знаков есть способ выражения желательной семантики – прямой апелля-

ции к гендеру и СМ/СФ или соответствующего «окрашивания» темы, явным образом с гендером не связанной.

Стереотипы, таким образом, объективируются в различных семиотических системах [Щепанская 1991:19]. При этом языку как универсальной семиотической системе в процессе объективации, т. е. процессе отражения в сознании человека картины мира, отводится особая роль. Язык является средством объективации стереотипов [Гриценко 2005; Леонтович 2005: 238]. А такой социокультурный конструкт, как гендер – социальный пол человека, являясь частью картины мира, находит свое выражение в форме ГС.

Мы разделяем мнение В.А. Косякова о том, что стереотип является когнитивно-языковым феноменом, поскольку формируется и получает распространение исключительно с помощью языковых средств [Косяков 2009]. В нашем исследовании это касается СМ и СФ, которые получают вербализацию в языке.

Опираясь на определение А.В. Кирилиной, которая понимает под ГС «культурно и социально обусловленные мнения и пресуппозиции о качествах, атрибутах и нормах поведения представителей обоих полов и их отражения в языке» [Кирилина 1999: 98], мы предлагаем применить социолингвистический подход в изучении СМ/СФ и определить их как оценочные представления о социально-психологических параметрах поведения и характерных чертах мужчин и женщин, отраженные в языке и формируемые в языковом сознании общества, социальных групп и отдельно взятых индивидов. Такое определение учитывает, на наш взгляд, тот факт, что СМ/СФ не являются универсальными для всех представителей социокультурного общества, в связи с чем в языке отражены порой диаметрально противоположные представления о мужчинах и женщинах. Другими словами, гендерная стереотипизация происходит на уровне общества, на уровне отдельных социальных групп и на индивидуальном уровне. Каждый из этих типов (возможно, кроме индивидуального) может фиксироваться в языке и связан с формами выражения оценки.

Выдвигая термины СМ и СФ, мы основываемся также на анализе значения терминов «маскулинность» и «фемининность», данных И.С. Коном [Кон 2002: 571–572]. Можно следующим образом описать значения, вкладываемые в понятия фемининность и маскулинность:

1) понятия «маскулинность» и «фемининность» обозначают психические и поведенческие свойства и черты, «объективно присущие» (по выражению И.С. Кона мужчинам (маскулинность) или женщинам (фемининность));

2) понятия «маскулинность» и «фемининность» содержат различные социальные представления, мнения, установки о том, какими являются мужчины и женщины, и какие качества им приписываются;

3) в понятиях «маскулинность» и «фемининность» отражены нормативные эталоны идеального мужчины и идеальной женщины.

Итак, СМ/СФ – это определенные представления носителей языка о мужских и женских качествах, находящие свое отражение в языке. По сути это лексемы, которыми обозначаются социальные и психологические характеристики человека. Эти лексемы не только несут определенную смысловую нагрузку, но и обладают собственными коннотациями: понятие стереотипа «тесно связано с понятием коннотации, которое определяется как стандартная, устойчивая ассоциация, которую вызывает в языковом сознании носителей языка употребление того или иного слова в данном значении» [Крысин 2008: 9]. Выдвигая СМ/СФ, мы принимаем также определение П.А. Клубкова, согласно которому стереотип – это «стандартное представление о чём-либо, стандартное понимание языкового выражения, включающее в себя весь набор актуальных для говорящих коннотаций» [Клубков 2000: 224]. В этом контексте СМ/СФ действительно близки к коннотации, так как могут определяться как стереотипная коннотация, которую вызывает в языковом сознании носителей языка употребление того или иного слова по отношению к мужчине или женщине (напр. слово *корова* по отношению к женщине имеет оценочный аспект – отрицательную окраску). В языковых формах и их коннотациях закодирована информация об эмотивном отношении субъекта речи к человеку как представителю определенного пола. Прагматика гендерно маркированных языковых единиц направлена на сохранение различий между мужчинами и женщинами: в результате ассоциирования у носителя языка возникают различные представления о характерных чертах мужчин и женщин. В рамках той или иной социальной группы формируются представления, которые отражаются в языковой картине мира через набор оценочных смыслов, которые в свою очередь находят отражение в СМ и СФ.

СМ и СФ существуют в социальном и индивидуальном планах. Будучи социальным явлением, они реализуются в индивидуальном сознании конкретного носителя языка, поэтому изучать СМ и СФ можно посредством методик, близких к свободному ассоциативному эксперименту. Подобная трактовка ГС, с одной стороны, включает изучение ГС в круг проблем лексикологии и лексической семантики; с другой стороны, позволяет использовать лингвистические методы исследования: анализ материалов словарей различных типов, рассмотрение функционирования лексем в текстах, данные ассоциативных экспериментов и т.д.

Таким образом, социолингвистический аспект изучения СМ и СФ заключается в рассмотрении трех взаимосвязанных друг с другом аспектов.

Во-первых, необходимо понять, какие личностные, социальные, психологические свойства мужчин и женщин становятся объектами оценки. Повто-

ряемость оценок (как положительных, так и отрицательных), их частотность (массовость) и устойчивость во времени – условие формирования СМ и СФ.

Во-вторых, необходимо выделить собственно языковые единицы – лексемы, фразеологизмы и др. (в зависимости от предмета исследования), которые можно интерпретировать как результаты и средства обозначения СМ и СФ.

В-третьих, необходимо, произвести анализ влияния социальных факторов – пола, возраста, образования и др., чтобы понять, как формируются СМ/СФ и выделить в их структуре уровни общественных, групповых и индивидуальных представлений.

Опора на экспериментальный материал необходима по той причине, что носителем вербализованных СМ и СФ является языковая личность, определяемая как «срединное звено между языковым сознанием – коллективным и индивидуальным активным отражением опыта, зафиксированного в языковой семантике, с одной стороны, и речевым поведением – осознанной и неосознанной системой коммуникативных поступков, раскрывающих характер и образ жизни человека, с другой стороны» [Карасик 2004: 84].

Таким образом, СМ и СФ можно определить как стереотипы, характеризующие мужчин и женщин с помощью речевого выражения определенных личностных качеств и социально-психологических свойств, в которых отражены общие, групповые и индивидуальные представления о мужественности и женственности.

1.3.2. Стереотипы речевого поведения мужчин и женщин

Кроме СМ и СФ, которые получают вербализацию в языке, в языковом сознании индивидов функционируют стереотипы речевого поведения мужчин и женщин. Известно, что в коммуникативной лингвистике говорящий определяется как индивид, представляющий какой-то коллектив, к которому он относится и где «играет роль», предписанную ему социальной группой (в том числе и гендерной). Речевая деятельность оформляется согласно социальным нормам, проявляющимся в стереотипах речевого поведения – о предписанных шаблонах речевого поведения, которое ожидается от человека в данной ситуации (см. подробнее [Шибутани 1999: 132; Крысин 2000]): «Все члены данного общества более или менее хорошо знают, чего ожидать от поведения человека в тех или иных ролях, так что даже простое произнесение имени роли обычно вызывает представление о комплексе свойственных этой роли прав и обязанностей» [Крысин 1976: 44].

Стереотипы речевого поведения мужчин и женщин актуализируют, на наш взгляд, социальные стереотипы, т.е. устойчивые представления, сформированные на основе предшествующего опыта социальной группы, неосознан-

но понимаемые большинством членов данной группы однозначно. Усвоение человеком социальных стереотипов происходит в процессе социализации личности – принятия индивидом социальных норм и ролей [Одарюк 2004].

Роль, которую исполняет человек, может быть обусловлена его постоянными социальными характеристиками: социальным положением, профессией, возрастом, полом, положением в семье – и переменными характеристиками, которые детерминируются ситуацией [Крысин 1976: 43]. Процесс выработки типичных способов поведения происходит двумя путями: путем подражания и путем прямого или опосредованного обучения. Выполняя определенную роль, человек автоматически выбирает такую линию поведения (в том числе и речевого), которую он неоднократно наблюдал в опыте предшествующих поколений и реализовал сам в результате многократного повторения в аналогичных ситуациях [Одарюк 2004].

По мнению исследователей (см. работы Л.П. Крысина, В.А. Звягинцева, Н.В. Уфимцевой, В.В. Красных), стереотипы, формируясь на основе опыта, частой повторяемости ролевых признаков настолько закрепляются в психике личности, что порой он и не сознает общественной природы своих поступков [Садыкова 2003]. В процессе социализации человек усваивает стереотипы, связанные с той или иной ролью. Это применимо и к стереотипам речевого поведения, связанным с полом: «...индивидуумами усваиваются не только стереотипы поведения, характерные для их пола, но они также имеют представление, каким должно быть типичное речевое поведение противоположного пола» [Ощепкова 2004: 117].

Очевидно, что стереотипы речевого поведения мужчин и женщин в определенной степени выступают в качестве разновидности коммуникативной нормы, т.е. соответствуют ожиданиям общества. Под нормами взаимодействия имеются в виду правила речевого поведения, предписываемые мужчинам и женщинам и имеющие социально-нормативный характер: «Как известно, всякое речевое действие эмоционально мотивировано, речь говорящего постоянно подвергнута социальному контролю: коммуникативные партнеры, общаясь друг с другом, постоянно координируют свои действия, изменяя или прекращая их в ходе актуального разговора» [Прокудина 2002: 39].

Справедливо будет заметить, что стереотипы речевого поведения мужчин и женщин должны анализироваться с учетом социальной стратификации языкового коллектива и характерных для него социальных отношений, так как в любой из анализируемых социальных групп будут складываться нормы речевого поведения, в определенной степени отличные от норм, сформированных в языковом сознании других социальных групп. Так, например, если женщины отклоняются от стереотипов речевого поведения, то это обычно вызывает отрицательную оценку у членов других социальных групп. Если гру-

бая манера общения, используемая мужчинами, не считается нарушением норм коммуникации, то использование женщинами подобного стиля речевого поведения будет расцениваться мужчинами как отклонение от нормы речевого поведения, приписываемого женщинам [Пермякова, Гаранович 2009]. Другими словами, в сознании каждой личности заложены представления о нормах речевого поведения мужчин и женщин и о дифференциальных качественных характеристиках «женского» и «мужского» стилей общения. Но при выявлении подобных характеристик, составляющих стереотипы речевого поведения мужчин и женщин, нужно учитывать, что языковая личность является носителем общественного, группового и индивидуальных сознаний, поэтому представления о речевом поведении мужчин и женщин могут различаться даже у членов одной социальной группы.

Нельзя не согласиться с рядом исследователей [Анисимова 1987; Арутюнова 1985], которые полагают, что в нормах речевого поведения отражаются коммуникативно-релевантные стереотипы, которые вырабатываются в процессе социального взаимодействия людей и получают социальное признание, т.е. регулярно воспроизводятся в соответствующих типовых ситуациях общения. Ср.: «Нормы закрепляются в речевом сознании коммуникантов, и их знание становится одним из условий для успешного осуществления речевой деятельности» [Анисимова 1987: 3]. Стереотипы речевого поведения мужчин и женщин являются «соглашениями» на счет тех или иных особенностей речевого поведения: «Они относятся к сфере молчаливых соглашений между коммуникативно обязанными членами общества <...> и задача прагматики – их обнаружить и сформулировать» [Арутюнова и др. 1985: 5]. Стереотипы речевого поведения мужчин и женщин, таким образом, не только выделяют среднестатистические представления о мужественности и женственности речевого поведения, но и задают норму, образец социально одобряемого и социально допустимого речевого поведения мужчин и женщин.

Однако, как показывают различные социолингвистические наблюдения, мужчины или женщины могут намеренно принимать не соответствующий их гендеру стиль поведения, чтобы позиционировать себя определенным образом, затушевывая или, наоборот, подчеркивая определенный компонент своей идентичности. Интересный пример взаимодействия разных компонентов идентичности – профессиональной и гендерной – дает исследование Б. Мак Илхинни. Она установила, что женщины-полицейские намеренно используют коммуникативный стиль, который характеризуется слабой эмоциональностью и эмпатией (речь идет о проявлении сочувствия), поскольку эмоциональность речи и эмпатия воспринимаются как «женские» речевые черты и тактики другими членами лингвокультурного сообщества. Полицейские прибегают к подобному приему для того, чтобы их воспринимали как пред-

ставителей закона, а не как женщин. И использование не соответствующего их гендерной идентичности коммуникативного стиля помогает женщинам достичь поставленной цели, несмотря на то что они имеют вполне женский тип внешности и в большинстве своем не воспринимаются коллегами по работе как мужеподобные (маскулинизированные) [McElhinny 1995: 217–244].

В современной гендерной лингвистике и стилистике распространена точка зрения, что различия в употреблении языковых средств мужчинами и женщинами не носят абсолютного характера [Горошко 1996; Кирилина, Томская 2005]. Существует лишь более высокая вероятность того, что один вариант предпочтут женщины, а другой – мужчины. При этом их предпочтения зависят, как видим из исследования Б. Мак Илхинни, от социальных и общественных ожиданий (стереотипов), а также от психологических факторов, то есть тех или иных психологических характеристик и установок личности.

Как уже говорилось, гендер является одним из параметров, при помощи которого в общении конструируется социальная идентичность говорящего. Как правило, категория гендера взаимодействует с другими параметрами – возрастом, статусом, социальной группой и т.д. Одной из наиболее известных работ в области изучения особенностей мужского и женского вербального поведения стал труд Деборы Таннен «Ты меня просто не понимаешь. Женщины и мужчины в диалоге» [Таннен 2005]. 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. Под воздействием этих факторов у мужчины и женщины 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 к различным интерпретациям одних и тех же высказываний мужчинами и женщинами. В этой связи Д. Таннен говорит о гендерлекте – социально и культурно обусловленных особенностях общения мужчин и женщин. Мы склонны считать, что Д. Таннен говорит в данном случае о существующих в языковом сознании носителей языка стереотипах речевого поведения мужчин и женщин, которые определенным образом детерминируют поведение индивидов в лингвокультурном сообществе.

В языковом сознании, таким образом, формируются своеобразные гендерно детерминированные нормы и правила речевого поведения, которые индивид усваивает в процессе социализации, когда формируется привычка (навык) говорить «как мужчина» или «как женщина» и соответствующим образом интерпретировать речь других [Maltz, Borker 1982]. По мнению

Е.С. Гриценко, коммуникативные стереотипы выполняют роль программы поведения; они закреплены в коллективном сознании и меняются очень медленно [Гриценко 2005: 46]. Нельзя не согласиться с исследователем, что стереотипы речевого поведения мужчин и женщин действительно являются особым когнитивным образованием, которое задает модели речевого поведения в языковом сознании индивидов.

Однако вопрос в том, действительно ли стереотипы речевого поведения мужчин и женщин меняются очень медленно? Необходимо помнить, что, с одной стороны, говорящая личность ориентируется на существующие речевые стереотипы общества в целом и тех социальных групп, к которым принадлежит, и строит свое речевое поведение согласно этим исторически сложившимся нормам и представлениям. А с другой стороны, человек имеет в языковом сознании «свой вариант» стереотипов речевого поведения мужчин и женщин. Сложная структура стереотипов речевого поведения мужчин и женщин обуславливает тот факт, что индивид, как известно, может придерживаться нормы, принятой в его обществе или социальной группе, или отступать от нее, так как имеет свои представления о речевом поведении других говорящих индивидов.

Сегодня в гендерной лингвистике выдвигается тезис о гендерной предзаданности языка и речи [Фомин 2004: 87]. В этом случае речь идет о ГС, суть существования которых сводится не к фактическим различиям в речевом поведении мужчин и женщин, а к стереотипным ожиданиям от их речевого поведения. Так, О.Б. Сиротинина отмечает, что любой аспект рассмотрения проблемы соотношения особенностей человека и его речи требует от исследователя внимания к описанию речи с двух сторон: с одной стороны, предельная индивидуализация (то есть речь только данного конкретного человека), а с другой стороны, обязательная максимально возможная привязка данного человека к биологической, социальной и другим группировкам [Сиротинина 1996: 3–8]. В противном случае трудно будет выявить, что именно в речи отдельного человека вызвано его биологическими, психологическими, личностными характеристиками, а что обусловлено определенным состоянием человека или данной социальной ролью. Факт различий в речи мужчин и женщин обусловлен не только влиянием социальных параметров личности, но и представлений личности о том, как должны говорить мужчины и женщины, т.е. важна социокультурная оценка речевого поведения и его интерпретация посредством стереотипов речевого поведения мужчин и женщин.

Таким образом, под стереотипами речевого поведения мужчин и женщин мы понимаем определенный оценочный образ речевого поведения мужчин/женщин, функционирующий в языковом сознании общества, социальных групп и отдельно взятых индивидов. Стереотипы речевого поведения мужчин

и женщин – это социальные модели речевого поведения, вследствие чего могут детерминировать речевое поведение человека в определенных ситуациях. Стереотипы речевого поведения мужчин и женщин являются по сути дела «ожиданиями» определенного речевого поведения мужчин и женщин.

1.3.3. Структура стереотипов маскулинности и фемининности и стереотипов речевого поведения мужчин и женщин

Само слово «стереотип» первоначально использовалось, как известно, в типографском деле, где оно обозначало форму для печати оттисков. Аналогичную функцию стереотип выполняет, по мнению В.А. Косякова, и в языке: «Как в типографии из-под печатного пресса выходят тысячи идентичных страниц, так и в языке происходит тиражирование стереотипа. Через языковую деятельность сотни тысяч людей приобретают схожие знания как опосредованный языком опыт и в дальнейшем передают его следующим поколениям практически без изменений. Такие люди могли никогда не встречаться с представителем определенной группы, не знать культуры, истории или особенностей поведения, однако они точно уверены, что все представители группы наделены схожими чертами, которые акцентирует стереотип» [Косяков 2009: 10].

Разделяя мнение В.А. Косякова в целом, уточним, что опосредованный языком опыт не может приниматься последующими поколениями без изменений и оценок. Мы считаем, что личный когнитивный опыт индивидов оказывает влияние на формирование ГС и, кроме того, в каждой социальной группе складываются свои ГС. Связано это с тем, что стереотипы, в том числе СМ/СФ и стереотипы речевого поведения мужчин/женщин, формируются в процессе социализации личности. Необходимо учитывать то, что социум, в котором существует индивид, естественно, неоднороден. Индивид является представителем различных социальных групп. Нередко социальные группы, в которые входит индивид, представляют собой социально ограниченные обособленные группы индивидов и формируют коммуникативно-замкнутые сферы общения. К таким группам относятся: во-первых, группы профессионального общения, группы специалистов – представителей разных наук, отраслей знания и сфер практической деятельности; во-вторых, группы лиц, объединенных общими интересами, увлечениями, занятиями типа хобби; в-третьих, социально замкнутые группы, обычно противопоставленные существующему общественному порядку [Герд 2005: 617]. Каждая из таких групп помимо общих для всего социума представлений о гендерных особенностях поведения человека, имеет свои собственные представления, лежащие в основе групповых стереотипов СМ/СФ и стереотипов речевого поведения мужчин и женщин.

Но и в рамках отдельной группы складываются индивидуальные представления, обусловленные индивидуальным опытом человека в познании окружающей действительности, в частности, в познании образов «мужчина» и «женщина».

Таким образом, принадлежность к определенной нации, социальной группе и личный опыт – факторы, влияющие на восприятие объективной реальности и, как следствие, на формирование стереотипов вообще и ГС в частности. На основании этого можно выделить индивидуальные стереотипы, стереотипы социальной или профессиональной группы и общенациональные стереотипы [Байбурин 1985: 4; Николаева 2000: 121–122]. При этом «различия между языковыми ментальностями представителей разных социокультурных групп, которые являются членами одной языковой общности, могут оказаться более значительными, чем различия между языковыми ментальностями представителей одной социокультурной группы, принадлежащих к разным языковым общностям» [Почепцов 1990: 120]. Другими словами, помимо индивидуальных, социальных и общенациональных стереотипов можно говорить о существовании универсальных стереотипов [Белянин 2005: 135; Эко 2004: 472]. Универсальные стереотипы, в том числе и универсальные ГС, разделяются представителями различных национальностей, говорящих на разных языках.

Одной из важнейших особенностей стереотипов вообще и ГС является их эмоционально-оценочное содержание [Демьянков 1996: 177]. Наделение признаками объектов и субъектов и оценивание того, что имеет место или происходит в мире, есть неотъемлемый атрибут деятельности человека, поэтому при практическом освоении окружающей действительности познающий субъект дает оценку объектам познания (см. также [Арутюнова 1988, 1999; Вольф 2002; Телия 1986: 40, 1996: 18; Чернейко 1990]). В связи с этим, стереотипы не являются аксиологически нейтральными. Субъектом оценки является лицо или общество в целом. Оценка предполагает ориентацию на общие для всех представления об анализируемом субъекте (в нашем случае о мужчине или женщине и их социально-психологических качествах) и на групповые и индивидуальные представления о том, что значит быть мужчиной или женщиной и какими качествами они обладают в действительности. Иными словами, знаки оценки зависят от ценностной картины мира данной социальной группы, индивида или всего социума. В картине мира социума имеются усредненные представления о мужчинах и женщинах, сопровождающиеся соответствующими качественными признаками. Существование разных ценностных ориентаций может наблюдаться и внутри одной социальной группы. Оценки, даваемые представителями одной и той же социальной группы одному и тому же объекту, предмету или явлению действительности, могут быть диаметрально противоположными. Присутствие различных оценок внутри

одной социальной группы обусловлено наличием множества субъектов с несовпадающими оценками [Вольф 2002: 208]. Несовпадение оценок связано с тем, что ценности, отраженные в картине мира, амбивалентны для носителей языка.

Тем не менее, несмотря на существование определенных различий между групповыми и индивидуальными гендерными оценками, сохраняется нормативность ГС, которая проявляется в том, что реальные мужчины и женщины не могут не считаться с социально разделяемыми представлениями о том, каким должен быть «настоящий мужчина» и как должна вести себя в той или иной ситуации женщина, т.е. с общими стереотипами. Каждому из полов приписывается ряд обязательных норм и оценок, регламентирующих гендерное поведение. Традиционное разделение ролей обусловлено религией, хранится в памяти старших поколений, в соответствии с ними воспитывается молодежь [Кирилина 1998: 72]. Подобные обязательные компоненты оценки, на наш взгляд, обуславливают полевую структуру общих СМ/СФ и стереотипов речевого поведения мужчин/женщин и составляют их «ядро», а групповые и индивидуальные представления о социально-психологических качествах мужчин и женщин, являющиеся результатом когнитивной оценочной деятельности социума, составляют ядерную, предъядерную зоны и периферию.

СМ/СФ и стереотипы речевого поведения мужчин/женщин имеют, таким образом, полевую структуру. Являясь частными случаями ГС, они делают процесс усвоения социально-культурной информации экономичным. Ядро СМ/СФ и стереотипов речевого поведения мужчин/женщин представляет собой готовую когнитивную схему, которой удобно оперировать носителю языка в ситуации общения с другими носителями языка обоих полов. Однако когнитивная деятельность человека намного шире рамок ядра СМ/СФ и стереотипов речевого поведения мужчин/женщин и может приводить к реформации оценочного компонента, а также к определенному расширению семантического содержания: «любая гендерная репрезентация активизирует и сопровождает процесс отбора, структурирования и формирования значений стереотипа, наделения его новым смыслом. Взаимодействие процессов конструирования и интерпретации гендера при активном участии реципиента приводит к производству новых значений, и таким образом осуществляется непрерывное конструирование гендерной идентичности как на индивидуальном или групповом уровне, так и в масштабах всего социума» [Максимова 2004: 252].

Таким образом, ядро СМ/СФ и стереотипов речевого поведения мужчин/женщин является эталоном, на который ориентируются все члены лингвокультурного сообщества. В нем отражена и воплощена в полной мере обобщенная модель наивных знаний носителей языка, характеризующаяся довольно высокой степенью абстрагированности. Периферия же СМ/СФ и сте-

реотипов речевого поведения мужчин/женщин формируется в групповых и индивидуальных сознаниях. На периферии СМ/СФ и стереотипов речевого поведения мужчин/женщин находятся все групповые и индивидуальные представления носителей языка. Однако жестких границ между ядром и периферией, на наш взгляд, нет. В структуре СМ/СФ и стереотипов речевого поведения мужчин/женщин отражается опыт индивида: индивид усваивает созданные до него ГС, преломляя их через призму своего группового и индивидуального опыта.

Таким образом, гендерные представления человека о различных качествах (от психологических до социальных ролей) и о речевом поведении друг друга включают в себя не только стереотипные (т.е. социально-разделяемые), но также групповые и личные представления о «мужественности» и «женственности», а также о «мужском» и «женском» речевом поведении, сформированные в ходе субъективного опыта и взаимодействия с представителями той социальной группы, к которой принадлежит индивид. Человек может не только воспроизводить существующие в обществе ГС, но и трансформировать и даже разрушать их.

Существующая понятийно-терминологическая система развивающейся гендерной лингвистики требует уточнения и расширения, и поэтому структура ГС представляется необходимой для дальнейшего изучения проявления гендерного фактора в языковом сознании индивидов. Полевая структура СМ/СФ и стереотипов речевого поведения мужчин/женщин отражает динамическую природу ГС в целом, отражает их включенность в процесс познания человеком лингвокультурной реальности. Структура СМ/СФ и стереотипов речевого поведения мужчин/женщин позволяет наблюдать и описывать результаты гендерной стереотипизации.

На основе вербализованных реакций, являющихся одним из возможных способов репрезентации языкового сознания индивидов, можно моделировать единицы языкового сознания – СМ/СФ и стереотипы речевого поведения мужчин/женщин, которые фиксируют результаты действия основных познавательных процессов человека. Материалы экспериментов можно рассматривать как специфический для данной лингвокультуры «ассоциативный профиль» образов сознания [Уфимцева 1996, 2004; Леонтьев 1997, 2005].

Наличие у СМ/СФ и стереотипов речевого поведения мужчин/женщин полевой структуры свидетельствует о сохранении коллективных, общих структурообразующих элементов языкового сознания носителей языка. Полевая структура СМ/СФ и стереотипов речевого поведения мужчин/женщин говорит об относительной устойчивости языкового сознания всех носителей языка. В ходе лингвистических экспериментов мы можем смоделировать «культурное ядро»: «...векторы ассоциирования, выделяемые на основе сте-

пени стереотипности реакций на слова-стимулы, входящие в ядро языкового сознания русских, позволяют устанавливать типичное для среднего носителя языка “культурное ядро”, необходимое ему для осуществления успешной социализации и коммуникации» [Алимушкина 2007: 6].

Гипотеза социальной обусловленности СМ/СФ и стереотипов речевого поведения мужчин/женщин состоит в том, что формирование ГС в языковом сознании происходит как в результате действия индивидуальных когнитивных процессов, так и под воздействием социальных факторов. СМ и СФ можно трактовать как особую форму хранения знаний и оценок мужчин и женщин, а стереотипы их речевого поведения как модели ориентирующего речевого поведения для мужчин и женщин в процессе речевой деятельности. Эти ментальные образования можно изучать посредством экспериментальных методов.

1.4. Результаты изучения гендерных стереотипов в гендерной лингвистике

Итак, знания, накопленные как в личном опыте взаимодействий, так и из других источников, обобщаются и закрепляются в сознании людей в виде устойчивых представлений – стереотипов. Они весьма широко используются человеком при оценке людей, так как упрощают, облегчают процесс познания благодаря своей краткости, схематичности и тому, что стереотип представляет собой уже заранее осмысленную установку, функционирующую в языковом сознании.

На сегодняшний день в современной российской когнитивной лингвистике, на наш взгляд, сформировались следующие три крупных направления изучения стереотипов и стереотипизации:

1) изучение этностереотипов [Баранчукова 2006; Белова 2006; Голубовская 2006; Гончарова 2008; Горшунова 2009; Жалсанова 2009; Красных 2003; Крысин 2005, 2008; Лапшинов 2001; Пак 2009; Синельникова 2007; Фролова 2009; Шаова 2005 и др.];

2) изучение гендерных стереотипов [Алимушкина 2007; Вандышева 2007; Воскресенская 2007; Горошко 2001 а, б; Дзасежева 2006; Истягина-Елисеева 2006; Семенова 2006; Кирилина 1998, 1999, 2000а, б, 2009; Манзуллина 2005; Мистрюкова 2005; Никольская 2005; Поповская 2007; Соловьева 2008 и др.];

3) изучение массмедийных стереотипов [Витлицкая 2005; Каменева 2005; Клиновская 2007 и др.].

Фокус нашего внимания будет сосредоточен на изучении гендерной стереотипизации и ГС.

Проблема языкового сознания находится сейчас в центре исследований российской психолингвистики, соответственно, изучение функционирования и формирования ГС в языковом сознании является предметом не только гендерной лингвистики, но в том числе и психолингвистики и когнитивной лингвистики [Колосова 1996; Магнес 1999 и др.]. Особое внимание в когнитивных исследованиях, по мнению М.В. Усмановой, уделяется тому, в какой степени и как проявляется зависимость формы представлений знаний и их организации от биосоциального параметра [Усманова 2006]. Дело в том, что гендерная специфика когнитивной сферы действительно представляет собой особый интерес для лингвистов, в том числе и для представителей Пермской Школы социо- и психолингвистики (см. подробнее работы Т.И. Ерофеевой). Это связано прежде всего с тем, что исследователи стремятся понять, каким образом репрезентируются представления об окружающем мире в зависимости от гендерного фактора и устанавливают «гендерные стереотипы в восприятии действительности через языковые единицы и формы» [Усманова 2006: 28].

В рамках когнитивного направления гендерных исследований в Пермской Школе социо- и психолингвистики разрабатываются различные вопросы: исследование нарратива, обладающего различными признаками в зависимости от такого социобиопсихологического фактора, как гендер [Ерофеева Т.И., Глазова 2009]; изучение функционирования гендерных стереотипов в языковом сознании мужчин и женщин [Гаранович 2008: 142–149]; влияние фактора гендер на внутренний лексикон человека [Доценко 2000: 78–85; Береснева 2002: 55], изучение стратегий понимания, овладения и пользования языком [Корлякова 2008: 146–149], влияние фактора гендер на процесс запоминания лексических единиц [Черноусова 2008] и на употребление формул русского речевого этикета [Зубарева 2007], на знание иноязычного слова [Дьяконова 2002] и в целом дифференциации речевой продукции по гендеру [см. например Ерофеева Е.В. 2005; Ерофеева Т.И., Загоруйко 1999]. Необходимо отметить, что в рамках когнитивного направления гендерных исследований используются также социолингвистические методы, в частности, в проводимых исследователями лингвистических экспериментах факторы «гендер», «возраст», «образование», «специальность» обязательно сбалансированы, что увеличивает достоверность полученных результатов и вписывается в рамки социоконструктивистского подхода, согласно которому гендер понимается как социокультурный конструкт, не только показывающий зависимость представлений о природе человека, о «мужском» и «женском» от времени, пространства, социального и культурного контекста, но и подчеркивающий, что гендерные параметры поведения представляют собой изменение, процесс и зависят от других социальных параметров личности [Бергер, Лукман 1995; Здравомыслова, Темкина 2001; Уэст, Зиммерман 2000; Garfinkel 1967; Goffman 1976].

Таким образом, обращение к социальным и философским наукам для разработки эффективных методологических принципов изучения проявления ГС в языковом сознании и языке неизбежно. Мы разделяем точку зрения Московской психологической школы на то, что языковое сознание – это образы сознания, овнешняемые языковыми средствами: отдельными лексемами, словосочетаниями, фразеологизмами, текстами, ассоциативными полями и ассоциативными тезаурусами как совокупностью этих полей [Тарасов 1998, 2000]. Образы языкового сознания интегрируют в себе знания, формируемые самими субъектами преимущественно в ходе их когнитивной деятельности. Под когнитивной деятельностью мы вслед за В.Б. Касевичем понимаем адаптивную и регулятивную деятельность по переработке информации, осуществляемой человеком [Касевич 1989: 9–18].

При объективации языковым сознанием действительности включаются механизмы стереотипизации, и результатом отражения в сознании индивида фрагмента картины мира является стереотип, фиксированная ментальная «картинка» [Красных 2002: 177–178]. Таким образом, одним из способов и результатов овнешнения языкового сознания являются стереотипы, гендерные в том числе, в основе которых лежат такие свойства языкового сознания, как категоризация, схематизация и атрибуция.

Так, изучение категоризации помогает понять основные принципы познавательного процесса и формирования знаний, выявляет то, как сохраняются знания о предметах и субъектах в языке (в нашем случае знания о мужчинах и женщинах и их основных свойствах); исследование схематизации позволяет понять, как строится в языковом сознании «схематичное» представление о предмете либо о субъекте (в нашем случае, как строится «обобщенный», «схематичный» образ мужчин и женщин); анализ атрибуции объясняет, почему одному и тому же предмету или явлению приписываются разные признаки (в нашем случае объясняет существование разных характеристик мужчин и женщин, отраженных в языке).

Оценивая другого человека (мужчину или женщину) посредством языковых средств, познающий субъект опирается на обобщения, которые сделаны в рамках той социальной группы, к которой он принадлежит, и в рамках всего общества в целом. Исследования показали, что «житейские» наивные обобщения, часто несознаваемые, влияют на формирование образа другого человека (см., например [Бодалев 1982]), следовательно, и на формирование стереотипного образа мужчины и женщины.

Однако, как мы предполагаем, когнитивная деятельность человека выступает активным преобразовательным фактором, влияющим на изменение ГС, другими словами, в языковом сознании индивида происходит процесс интерпретации тех обобщений, которые сделаны в общественном и групповом

сознании. В структуру интерпретации входят когнитивные и оценочные компоненты [Лабужская 1990], отсюда появление в ГС новых представлений о мужчинах и женщинах, которые являются результатом группового и личного когнитивного опыта индивида.

На наш взгляд, в лингвистическом плане мнения об атрибутах мужчин и женщин складываются в так называемые стереотипы маскулинности (СМ) и стереотипы фемининности (СФ), которые вербализуются (подобные образования являются результатом аксиологической эмоциональной интерпретационной деятельности субъекта и организованы с помощью оценочных средств языка), и в стереотипы речевого поведения мужчин и женщин, которые функционируют как «установки» и «ожидания» определенного речевого поведения, свойственного тому или иному полу.

Одним из перспективных и продуктивных направлений гендерной лингвистики, таким образом, является сегодня изучение ГС: в центре внимания оказываются специфика функционирования в языке СФ и СМ, особенности отражения в разных языках концептов «мужественность» и «женственность» [Глазанова 2008: 63]. Очевидно, что ГС проявляются на всех уровнях языка, но при исследовании ГС языковеды чаще всего обращаются к фразеологическому и лексическому фондам языка [Вандышева 2007; Воскресенская 2007; Васькова 2003; Зыкова 2002; Кирилина 2000а, б; Колесникова 2001; Никольская 2005; Ольшанский 2003; Першай 2002; Попов 1999; Семенова 2006; Соловьева 2008; Телия 1996] и лишь немногие работы разграничивают изучение ГС в языке и речи [Поповская 2007]. Причем зачастую исследование ГС сводится к их трактовке как концептов мужественности и женственности: «Изучение культурных концептов мужественности и женственности является одним из перспективных направлений лингвистической гендерологии, а одной из ее главных целей – определение универсальных и культурно специфичных черт маскулинности и фемининности» [Хакимова 2003: электронный ресурс].

Исследования в области языкового сознания и функционирования в нем ГС должны проводиться, на наш взгляд, не только на материале словарных дефиниций и различного рода паремий, но и на материале, полученном в ходе экспериментов с носителями языка. Например, «на основе данных о семантических полях ассоциаций можно составить представление об “ассоциативных профилях”, характерных для той или иной культуры, а также о характерных стереотипах мышления, сложившихся в коммуникативном опыте той или иной группы, общности» [Словарь ассоциативных норм русского языка 1997: 46]. Кроме того, при исследовании СМ/СФ и стереотипов речевого поведения мужчин/женщин необходимо анализировать данные, полученные не только на гомогенных, но и на дифференцированных выборках, кроме пола, по другим социальным факторам (см. например [Горошко 2001а, б; Ерофеева Т.И. 2009а;

Кирилина 1999]). Выборки же, где не произведена дифференциация информантов по полу и другим социальным факторам [Ершова 1998], не отражают характерных особенностей ГС, функционирующих в языковом сознании мужчин и женщин, принадлежащих к различным социальным группам общества.

Приведем краткий обзор работ, прямо или косвенно затрагивающих проблему функционирования ГС в языковом сознании мужчин и женщин.

В основном данные исследования используют методику свободного ассоциативного эксперимента (САЭ). Напомним, что некоторые результаты, полученные в ходе подобных экспериментов, могут, на наш взгляд, трактоваться при помощи не только родового понятия ГС, но и таких понятий, как СМ и СФ и стереотипы речевого поведения мужчин и женщин.

Итак, рассмотрим, какие ГС, функционирующие в языковом сознании индивидов, были выделены отечественными и зарубежными исследователями.

А.В. Кирилина, используя метод свободных ассоциаций [Кирилина 1999: 146–161], исследовала динамику ГС, сравнивая данные об ассоциациях носителей языка с результатами анализа фразеологического фонда немецкого и русского языков. Исследователь делает следующий вывод: в русском языковом сознании образ женщины имеет явно более выраженную положительную оценку в отличие от образа мужчины. Женственность, например, ассоциируется не со слабостью, а с силой, решительностью, выносливостью, терпением, любовью, умом и красотой. Русские мужчины довольно высоко оценивают русских женщин, акцентируют внимание на их нравственных качествах, а не на внешности. Женщины намного критичнее относятся к мужчинам, считают, что они привержены порокам.

Следует особо отметить, что проведенное А.В. Кирилиной исследование имеет большое значение для методологии изучения ГС. Во-первых, эксперимент проведен на гендерно маркированной лексике и позволяет проследить, какие ГС функционируют в сознании носителей языка. А во-вторых, ассоциативные данные анализируются с учетом гендерной принадлежности информантов, что делает возможным обнаружение влияния гендерного фактора на формирование ГС в языковом сознании.

Н.В. Дмитриук исследовала образы женщины и мужчины в восприятии русских и казахских мужчин и женщин [Дмитриук 2000]. Стимульным материалом в эксперименте стали слова-соматизмы (т.е. лексика, описывающая различные части человеческого тела). Полученные реакции были упорядочены по нескольким параметрам: форме, размеру, цвету – и сведены в таблицы, которые затем рассматривались автором как «обобщенные соматические карты человеческого тела – фрагменты ассоциативного этнического (русского и казахского) “портрета” мужчины (глазами самих мужчин и женщин) и “портрета” женщины глазами самих женщин и мужчин» [Дмитриук 2000: 254]. Эксперимент выявил, что русские мужчины более строги и категоричны в оценке

себя, но более терпимы к женщине. Мужчины-казахи характеризуют себя нейтрально и положительно, а женщину – нейтрально. Женщины-казашки относятся почтительно к умственным способностям мужчины, его социальному статусу, о себе предпочитают говорить положительно и нейтрально [там же, с. 268]. Автор исследования сделала вывод, что межэтническое сопоставление обнаруживает больше общих черт, чем различий. Таким образом, при внутриэтническом анализе различия гендерного характера проявляются намного отчетливее, чем различия межэтнического плана.

Дж. Уильямс и Д. Бест провели эксперимент на выявление ГС в лексике различных языков. Исследователи предложили испытуемым из 25 стран указать, насколько 300 наиболее употребительных прилагательных, описывающих личностные качества мужчин и женщин, соответствуют их пониманию маскулинности и фемининности [Williams, Best 1982, 1990]. Признаки, приписываемые мужчинам и женщинам, были сведены авторами в таблицу (см. табл. 3: в скобках указано количество стран, представители которых выделили ту или иную характеристику).

Таблица 3

**Качества, ассоциируемые только с мужчинами
или только с женщинами (по данным Дж. Уильямс и Д. Бест, 1982)**

Мужчины	Женщины
Агрессивный (24), активный (23), амбициозный (22), бесстрастный (20), властный (24), громкий (21), грубый (23), дерзкий (24), доминирующий (25), жестокий (21), жестокосердный (21), заносчивый (20), изобретательный (22), инициативный (21), искусный (19), крепкий (23), ленивый (21), логичный (22), мудрый (23), мужественный (25), напористый (20), недобрый (19), независимый (25), неорганизованный (21), неосторожный (20), неотесанный (21), несносный (19), неумолимый (24), неэмоциональный (23), оппортунистический (20), прогрессивный (20), рациональный (20), реалистичный (20), рискованный (25), самоуверенный (21), серьезный (20), сильный (25), суровый (23), трезвомыслящий (21), тупоголовый (21), убедительный (25), уверенный (19), хвастливый (19), храбрый (23)	Боязливая (23), добрая (19), жеманная (20), женственная (24), зависимая (23), застенчивая (19), кроткая (19), любопытная (21), мечтательная (24), мягкая (21), мягкосердечная (23), нежная (24), очаровательная (20), покорная (25), привлекательная (23), приятная (19), разговорчивая (20), сексуальная (22), сентиментальная (25), слабая (23), спокойная (21), суеверная (25), тревожная (19), чувствительная (24), эмоциональная (23)

Как видно из приведенной таблицы 3, в языковом сознании носителей разных языков, мужчина представлен активным и напористым, а женщина кроткой и чувствительной, что соответствует типичному представлению о «мужественности» и «женственности».

Общая закономерность состоит в том, что мужчины воспринимаются как властные, независимые, агрессивные, доминирующие, активные, смелые, неэмоциональные, грубые, прогрессивные и мудрые. О женщинах, напротив, говорят как о зависимых, кротких, слабых, боязливых, эмоциональных, чувствительных, нежных, мечтательных и суеверных. Нужно отметить, однако, что эксперимент проводился без учета других социальных факторов (возраст, профессия, социальное положение и др.), что могло бы в достаточной мере расширить ракурс исследования, могло бы показать динамику ГС мужественности и женственности в языковом сознании индивидов.

Исследование Е.В. Глазановой также посвящено изучению гендерных стереотипных представлений о характере и внешнем облике типичного мужчины и типичной женщины у студентов [Глазанова 2008: 63–64]. В эксперименте приняли участие 50 студентов Санкт-Петербургских вузов (25 девушек и 25 юношей), все являлись носителями русского языка.

Материалом для исследования послужили два списка прилагательных, полученных по результатам предварительного анкетирования, которые описывают а) характер человека (42 прилагательных) и б) внешность человека (30 прилагательных). В работе была использована психолингвистическая методика субъективного шкалирования. Испытуемые ранжировали прилагательные, описывающие характер, по параметрам *мужественность-женственность* и *положительность-отрицательность*, а прилагательные, описывающие внешность, только по параметру *мужественность-женственность*.

По результатам эксперимента оказалось, что среди испытуемых наблюдалось большее согласие относительно свойств характера и темперамента типичной женщины, нежели типичного мужчины. В представлении девушек типичный мужчина *мужественный, угрюмый, прямолинейный, агрессивный, грубый, молчаливый*. Причем некоторые из этих характеристик оцениваются девушками как крайне отрицательные (*агрессивный, грубый, угрюмый*). Мнение юношей сходно, так как типичный мужчина характеризуется ими как *агрессивный, грубый, мужественный, угрюмый, самоуверенный, вспыльчивый*. Но в отличие от девушек, большая часть этих качеств оценивается юношами как более или менее нейтральная. Что касается характера типичной женщины, то тут мнения девушек и юношей практически совпадают: *женственная, кокетливая, истеричная, капризная, загадочная, взбалмошная*. Только две из этих характеристик оцениваются испытуемыми как близкие к очень отрицательным качествам (*истеричная, капризная*), остальные же скорее нейтральны или ближе к положительным.

При шкалировании характеристик, описывающих внешность, ситуация была обратной: среди испытуемых наблюдается бóльшее согласие относительно внешнего облика типичного мужчины, нежели типичной женщины. В представлении девушек типичная внешность мужчины описывается следующими параметрами: *коренастый, накачанный, широкоплечий, большой, неуклюжий, высокий*. Юноши типично мужскими считают те же характеристики, однако расположены они в другом порядке: *накачанный, широкоплечий, коренастый, большой, высокий, неуклюжий*. С точки зрения девушек, типичная женщина выглядит как *миниатюрная, изящная, фигуристая, яркая, стройная, очаровательная*. В представлении юношей внешне типичная женщина обладает следующими качествами: *изящная, сексуальная, очаровательная, миниатюрная, привлекательная, красивая* [там же, с. 64].

О.Н. Прокудина осуществила попытку изучения представлений о нормах речевого поведения мужчин и женщин в сознании носителей языка [Прокудина 2002]. В эксперименте участвовало 35 девушек. Как видим, точка зрения мужчин не рассматривалась. Автор объясняет это тем, что «в сферу научного интереса входят феминные представления и ожидания, связанные с гендерным статусом» [там же, с. 43]. Информантам были предложены диалогические тексты, в которых отсутствовали маркированные языковые средства, выражающие грамматическую категорию рода. Перед реципиентами стояла задача – определить, кому, мужчине или женщине, принадлежат те или иные реплики диалога.

Результаты эксперимента показали, что в языковом сознании каждой личности заложены представления о нормах речевого поведения мужчин и женщин и о дифференциальных качественных характеристиках «женского» и «мужского» стилей общения. «Мужская» речь определяется как *сухая, последовательная, лаконичная, конкретная, прямая, сдержанная, грубоватая, категоричная, целеориентированная*, а «женская» – как *мягкая, гибкая, более эмоциональная, более оценочная, завуалированная* (имплицитность речи), *образная* (наличие гиперболы и литоты, метафоры и др. стилистических приемов), *с ассоциативным переключением тематики разговора, насыщенная словами-интенсификаторами, вводными конструкциями, междометиями*. Результаты исследования, на наш взгляд, могли бы получить другую трактовку, если бы выборка информантов включала мужчин.

Как видим, исследования А.В. Кирилиной, Н.В. Дмитрюк, Дж. Уильямса, Д. Бест и Е.В. Глазановой посвящены изучению ГС в языковом сознании индивидов. Очевидно, что представления о мужественности и женственности, выявленные исследователями в ходе различных экспериментов, находят свое

отражение в языке (лексике, фразеологии). Проведенные О.Н. Прокудиной эксперименты выявляют представления о речевом поведении мужчин и женщин в сознании носителей языка, которые в свою очередь нормируют их собственное речевое поведение.

Полученные результаты требуют, на наш взгляд, терминологического уточнения. С нашей точки зрения, неправомерно говорить о ГС в их общем и традиционном понимании. Известно, что под ГС в лингвистической интерпретации понимают обычно «упрощенный, устойчивый, эмоционально окрашенный образ поведения и черт характера мужчин и женщин» [Тупицина 2003: 143; Манзуллина 2005: 72]. Эксперименты показали, что в языковом сознании носителей языка формируются не просто ГС, а СМ и СФ и стереотипы речевого поведения мужчин и женщин. Под первым следует, на наш взгляд, понимать образ мужественности и женственности в сознании носителей языка, находящий свое отражение в языке (в приведенных экспериментах – в лексике и фразеологии). Под вторым необходимо иметь в виду образ речевого поведения мужчин и женщин в сознании носителей языка, регламентирующий речевое поведение индивидов. Использование родового понятия ГС при анализе данных экспериментов приводит в терминологический тупик: дифференциация же ГС на СМ и СФ и стереотипы речевого поведения мужчин и женщин позволяет методологически правильно подойти к анализу гендерной стереотипизации в языковом сознании.

Следует отметить, что все описанные выше исследования ГС в сознании носителей языка были экспериментальными. Это не случайно, так как экспериментальные методики значительно расширяют область исследования ГС. Если на материале словарных дефиниций и фразеологизмов исследователи могут получить сведения о ГС, сформированных в языковом сознании общества, то на материале, полученном в ходе экспериментов с носителями языка, мы можем приблизиться к пониманию сущности не только общих для единого этноса гендерных представлений, но и групповых, так как испытуемые являются носителями общего, группового и индивидуального языкового сознания.

Экспериментальные методики, применяемые в психолингвистике и социолингвистике позволяют определить, таким образом, общие и специфические особенности языкового сознания, учесть также и различные социальные факторы информантов: возраст, пол, образование, этническую принадлежность, которые в определенной степени оказывают влияние на формирование СМ/СФ и стереотипов речевого поведения мужчин и женщин в сознании носителей языка.

Итак, обращение к языковому сознанию носителей языка для исследования ГС объясняется тем, что языковое сознание является источником хра-

нения и формирования ГС. Кроме того, языковое сознание активно реагирует на все изменения, которые происходят в социальной жизни общества. Так, в языковом сознании отражается в полной мере движение культуры, создание и разрушение предметов, идей, смена ценностей и стереотипов. Исследование ГС на основе исследования языкового сознания является перспективным направлением в гендерной лингвистике, так как позволяет проследить движение ГС (их статику и динамику) и разграничить два понятия – СМ/СФ и стереотипы речевого поведения мужчин и женщин, на экспериментальном исследовании которых мы остановимся подробнее далее в ходе нашей работы.

Выводы

Итак, знания, накопленные человеком благодаря личному когнитивному опыту в ходе взаимодействия с различными социальными группами и отдельными индивидами обобщаются, схематизируются и закрепляются в сознании людей, в виде устойчивых представлений – стереотипов. Они весьма широко используются человеком при оценке людей, и использование их происходит посредством языка.

Обращение к социально-психологическим наукам позволяет методологически правильно подойти к пониманию процесса гендерной стереотипизации в языковом сознании и структуры ГС в лингвистическом плане. Признание динамического характера социального стереотипа (О. Хара), обусловленного активным участием индивида в процессе стереотипизации (Г. Тэджфел, Я. Ядов), показало необходимость учета влияния индивидуально-психологических особенностей отношения человека к познаваемой действительности, в частности к познанию мужчинами женщин и самих себя и познанию женщинами мужчин и самих себя.

В связи с динамическим подходом к пониманию сущности стереотипизации можно выделить в структуре социального стереотипа уровень коллективных, групповых и индивидуальных представлений (В. Дуаз, Э. Вайнеки), что в полной мере соответствует философской концепции общественного, группового и индивидуального сознаний и признанию роли активной когнитивной деятельности человека в формировании социальных стереотипов, гендерных в том числе. В отличие от исследователей, которые придерживаются мнения о том, что ГС формируются не в результате группового и индивидуального опыта, а заимствуются в готовом виде из общественного опыта, мы выделяем в структуре ГС индивидуально-групповой (индивидуально-групповые представления) и социокультурный (социально-разделяемые представления) уровни.

В социалингвистическом понимании гендерная стереотипизация является обобщением отдельных характеристик мужчин и женщин и их распространением на гендерные группы в целом и основана прежде всего на познании и оценке социально-психологических особенностей индивидов и их речевого поведения. В связи с этим в языковом сознании индивидов формируются СМ/СФ и стереотипы речевого поведения мужчин/женщин, в основе которых лежат основные когнитивные механизмы формирования устойчивых представлений – категоризация, схематизация и атрибуция.

Частные выводы по изучению ГС в лингвистике можно свести к следующему:

Исследование ГС, сформированных в языковом сознании носителей языка разного социального статуса, возраста, с разным уровнем образования и воспитания, может позволить проследить их развитие и изменение.

В связи с обращением к исследованию различных уровней языка и речи носителей языка с позиций формирования ГС в языковом сознании необходимо произвести терминологическое уточнение и ввести два термина – СМ/СФ и стереотипы речевого поведения мужчин/женщин.

1. Стереотипы маскулинности/феминности – это определенные представления носителей языка о «мужественности» и «женственности», находящие свое отражение в языке (например, в лексике, фразеологии). Язык, фиксируя коллективные и индивидуальные стереотипные представления о качествах мужчин и женщин, объективирует интерпретирующую деятельность языкового сознания человека. Каждый конкретный язык представляет, таким образом, самобытную систему, отражающую гендерные представления этноса.

2. Стереотипы речевого поведения мужчин/женщин – определенный образ речевого поведения мужчин/женщин, функционирующий в языковом сознании индивидов и регламентирующий их речевое поведение.

Как и социальный стереотип, СМ/СФ и стереотипы речевого поведения мужчин/женщин отражают объективную реальность, но содержание отраженной реальности всегда преломляется в языковом сознании различных социальных групп и в сознании отдельно взятых индивидов, что определяет в конечном итоге полевую структуру стереотипов: «ядро» СМ/СФ и стереотипов речевого поведения мужчин/женщин отражают общие, коллективные, социально-разделяемые представления социума о мужчинах/женщинах и их особенностях, а ядерная, предъядерная зоны и «периферия» отражают индивидуально-групповые представления. Процесс стереотипизации является результатом активной когнитивной деятельности субъектов познания.

Таким образом, специфической особенностью социального познания является единство его субъекта и объекта – люди сами создают общество и сами его познают. Социоконструктивистский подход учитывает фактор генде-

ра в изучении общества и отражения его языковым сознанием. Гендерные исследования в социолингвистике рассматривают гендер как социокультурный феномен, который не только создается обществом и воспроизводится людьми, но и определяет специфику восприятия и стереотипизации представителей гендерных групп, их характерных социально-психологических особенностей и черт речевого поведения посредством языкового сознания.

Социолингвистический подход к изучению ГС позволит, на наш взгляд, проанализировать вариативность СМ/СФ и стереотипов ГС речевого поведения мужчин/женщин в языковом сознании индивидов, принадлежащих к различным социальным группам общества.

ГЛАВА II

МАТЕРИАЛ И МЕТОДЫ СОЦИОЛИНГВИСТИЧЕСКОГО АНАЛИЗА ГЕНДЕРНЫХ СТЕРЕОТИПОВ В ЯЗЫКОВОМ СОЗНАНИИ

2.1. Материал исследования и выборка информантов

В качестве материала исследования были использованы данные лингвистических экспериментов с носителями русского языка – реакции, описывающие стереотипные социально-психологические характеристики мужчин и женщин и особенности их речевого поведения. Принципиальной установкой исследования стало то, что анализировались реакции, полученные от информантов различных социальных групп.

Социальные характеристики представителей единого социокультурного сообщества мы рассматриваем как движущие силы формирования языкового сознания человека. В Московской школе психолингвистики считается, что общность сознаний коммуникантов, необходимая для речевого общения, состоит в общности знаний о мире и языке. Эта общность формируется при присвоении идентичной этнической культуры и при овладении одним и тем же национальным языком [Тарасов 2004: 37]. Мы же предполагаем, что формирование языкового сознания происходит под влиянием не только этнической культуры, но и социальных характеристик индивидов. Принадлежность индивида к определенной социальной группе накладывает отпечаток на формирование ГС, делая их отличными от ГС, сформированных в других социальных группах. Данное предположение восходит к трактовке сознания А.Н. Леонтьевым: строение сознания закономерно связано со структурой деятельности человека, в которой оно формируется [Леонтьев 1975].

Важной особенностью социолингвистического исследования выступает признание того, что социальные структуры, социальные факторы, языковое сознание и ГС – явления динамические, а не статистические.

В традиционном понимании социальные факторы – это «физические, психические, социальные характеристики индивидов» [Тимофеев 1971: 9]. Наборы изучаемых социальных факторов варьируются у разных исследователей [Ерофеева Е.В. 2005; Ерофеева Т.И. 2004, 2008а, в, 2009; Русский язык по данным... 1974; Labov 1971, 1998; Trudgill 1974 и др.]. Мы анализировали особенности ГС в языковом сознании представителей различных социальных групп, объединенных на основании следующих биосоциальных факторов: «возраст», «специальность», «образование» и «гендер».

Для исследования ГС предлагаем следующее определение понятия «социальная группа» – это совокупность индивидов, взаимодействующих опре-

деленным образом на основе разделяемых ожиданий каждого члена группы в отношении других [Фролов 1994]. В этом определении есть существенное условие, необходимое для того, чтобы совокупность считалась группой: появление разделяемых ожиданий каждого члена группы относительно других ее членов.

Изучение ГС в языковом сознании представителей различных социальных групп имеет особый практический интерес потому, что группы являются такими социальными образованиями, в которых зарождаются, преобразуются и формируются общественные представления о поведении мужчин и женщин. Эти представления обретают силу именно в групповом языковом сознании, они воздействуют на поведение людей в социальных группах, в том числе влияют на использование языковых единиц, употребляемых для характеристики мужского и женского поведения.

Таким образом, при изучении формирования ГС социальную группу можно понимать как группу субъектов, являющихся носителями общественного и группового языкового сознания, которое вербализуется в процессе речевой деятельности субъектов и зависит от их социальных параметров.

Рассмотрим социальные факторы, влияние которых на формирование ГС будет исследовано в данной работе.

Гендер. Фактор «гендер» является сложным социально-биологическим феноменом, с двумя градациями признаков: мужской и женский пол. Этот фактор, как известно, исследуется почти во всех социо- и психолингвистических работах, но в наших экспериментах учет этого фактора приобретает особое значение, так как предметом нашего изучения являются ГС.

Предполагаем, что именно в социальных группах мужчин и женщин ГС будут различаться наиболее сильно, так как их формирование происходит посредством гендерной социализации индивида. Фактор «гендер» соотносится с аспектом самосознания личности, описывающим переживание человеком себя как представителя пола, как носителя конкретных полоспецифических характеристик и особенностей поведения, соотносимых с представлениями о маскулинности/фемининности [Клецина 2004]. Как уже говорилось выше, гендерная идентичность является продуктом социального конструирования [Ярская-Смирнова 1998]. Именно на основании существующих в обществе эталонов поведения формируются представления человека о собственной гендерной идентичности, а также его социальные роли, поведение и самооценка [Клецина 2004]. В данном контексте мы рассматриваем мужчин и женщин как две социальные, а не биологические группы, считаем, что их поведение и представления о собственном поведении и поведении противоположного пола детерминированы не биологически, а социально.

Возраст. С возрастом гендерная идентичность развивается, происходит расширение ее объема и усложнение структуры. Гендерная идентичность взрослого человека представляет собой сложноструктурированное образование, включающее, помимо осознания собственной половой принадлежности, сексуальную ориентацию, «сексуальные сценарии», ГС и гендерные предпочтения [Кон 1981]. Существенная сложность, с которой сталкиваются социо- и психолингвистические исследования, посвященные данной проблеме, кроется в сложности фактора «возраст».

С одной стороны, возраст – это индивидуальная особенность человека, которая отражает закономерности его развития («возраст развития»). С другой стороны, возраст – это набор нормативно-ролевых характеристик, производных от системы разделения труда и социальной структуры общества, который определяет обязательность и доступность различных форм социальной активности для людей того или иного хронологического возраста («социальный возраст») [Микляева 2008: 8–47].

Кроме того, каждый человек в большей или меньшей степени разделяет ГС той или иной возрастной группы и причисляет себя к той или иной возрастной категории на основе субъективно переживаемого возраста.

В современной психологии термин «возраст» применяется для анализа тесно взаимосвязанных, но различных по своей сути явлений – онтогенетического развития человека и жизненного пути конкретной личности. «Возраст как объективная мера физического и психического развития» и «возраст как культурно-конструируемое явление» обозначаются единым термином (в отличие, например, от терминологически разграниченных «пола» и «гендера») [там же 2008: 8–47].

Мы разделяем точку зрения, что возраст – это прежде всего культурно-конструируемое явление, подверженное активному влиянию социальных стереотипов. В связи с этим предлагаем пользоваться понятием «возрастная группа», предложенным в 5-м издании классического учебника по социальной психологии Г.М. Андреевой, где этот термин понимается как разновидность больших социальных групп, наряду с гендерными и этническими группами, социальными классами [Андреева 2008].

В основу анализа феномена «возрастная группа» целесообразно, на наш взгляд, положить представление о возрасте как о социальном явлении. Такой подход дает возможность рассматривать возрастные группы в качестве субъектов социальной жизни, занимающих определенное место в системе общественных отношений, обладающих определенным набором социальных ролей и статусов [Смелзер 1994]. В этом случае мы можем рассматривать конкретных людей не просто как представителей разных возрастных групп, но как носителей набора групповых психологических свойств (в наших экспериментах –

ГС), которые они реализуют в повседневном взаимодействии с другими людьми.

Предполагаем, что в разных возрастных социальных группах будут формироваться собственные представления о мужественности и женственности. Кроме того, возрастная идентичность в процессе жизненного пути человека претерпевает существенные изменения, связанные с переходом от одного возрастного этапа к другому, следовательно, в сознании человека с возрастом должны меняться и ГС. В этом процессе человеку приходится формировать идентификации с новыми социальными группами («подростки», «взрослые», «пожилые»), отказываясь от старых и принимая новые нормы поведения, в том числе и нормы гендерного поведения.

Принимая во внимание сложность фактора «возраст» мы разделили информантов в наших экспериментах на две возрастные группы: 17–39 лет и 40–65 лет. В группу 17–39 лет объединены представители двух возрастных подгрупп:

1) 17–22 года – это возраст учебы в вузах и других учебных заведениях, а также время начала относительно самостоятельной жизни;

2) 22–39 лет – это возраст активной социализации. В этом возрасте происходит активное освоение социальных ролей и формирование социальных стереотипов в сознании.

Для исследования формирования ГС в языковом сознании считаем возможным объединение данных возрастных подгрупп на основании критерия «активная социализация».

К 40–65 годам социализация не такая активная, как в возрасте 17–39 лет. К тому же в этом возрасте сформированные в сознании стереотипы, как мы предполагаем, мало поддаются изменениям. В результате это приводит к тому, что взгляды старшей возрастной группы, в том числе и представления о мужественности и женственности довольно консервативны.

Образование. Фактор «образование» оказывает влияние на многие языковые и когнитивные феномены. В проведенных экспериментах этот фактор имеет две градации: высшее и среднее образование. Выделение таких градаций обусловлено тем, что формирование стереотипов, в том числе и гендерных, у людей с высшим образованием происходит при получении обширных научных знаний об обществе, об особенностях психологического и социального поведения мужчин и женщин. Высшее образование систематизирует знания, в том числе и о гендере. Среднее же образование предполагает иной уровень обобщения.

Специальность. Как известно, группы людей, объединенных по фактору «специальность», – это социальные общности, члены которых объединены профессиональной деятельностью для обмена специальной информацией. Они

возникают в формальных группах в высших и средних учебных заведениях, на предприятиях, среди рабочих, инженеров, ученых, преподавателей, студентов и т.п. Группы людей, объединенные по признаку «специальность», являются довольно прочными образованиями и часто представляют собой устойчивые социальные группы. Кроме того, от участников социальных групп, объединенных по признаку «специальность», требуется выполнение определенных норм (в том числе и речевых) и, стало быть, в них повышается степень социального контроля.

К тому же, в подобных социальных группах, как мы предполагаем, формируются определенные ожидания, в том числе и гендерного поведения, что находит свое отражение в языковом сознании представителей данных групп.

Фактор «специальность» имел в наших экспериментах две градации: гуманитарная и негуманитарная специальности. Среди информантов с гуманитарными специальностями в экспериментах приняли участие учителя и преподаватели русского языка и литературы, истории, политологии, философии, иностранных языков, также социальные педагоги и воспитатели, юристы, психологи, социологи, художники, музыканты. Группу испытуемых негуманитарных специальностей составили преподаватели математики и информатики, физики, врачи и медсестры, биологи, инженеры, архитекторы, бухгалтеры, программисты, шоферы, электрики, строители и повара (см. подробнее табл. 1 Приложения).

Необходимо подчеркнуть, что обычно в экспериментах, чаще всего ассоциативных, по выявлению особенностей «образов» мужчин и женщин в качестве информантов привлекались люди, принадлежащие к какой-либо одной социальной группе (см., например [Горошко 2001б; Дмитрюк 2000 и др.]). Результаты подобных исследований, как нам кажется, могут быть существенно дополнены экспериментальным материалом, полученным на других социальных группах.

В нашем случае информанты для экспериментов отбирались по социальному, профессиональному, возрастному факторам среди носителей русского языка, проживающих на территории г. Перми и г. Екатеринбурга (фактор «место рождения» не учитывался, поскольку все информанты принадлежали к единой этнической общности – русские).

Для того чтобы обнаружить разницу в ГС разных социальных групп, был использован принцип балансировки выборки информантов. Этот принцип организации выборки заключается в отборе информантов таким образом, чтобы в выборку входило равное количество испытуемых по любому фактору и его градациям, заложенным в эксперименте [Штерн 1992]. Выборка информантов формировалась с учетом названных социальных факторов и их града-

ций. Балансировка выборки позволяет охватить сразу несколько социальных групп, сократив объем выборки, но сохранив ее качественную и количественную репрезентативность. Схема балансировки выборки информантов, которые приняли участие в проведении экспериментов по выявлению ГС в языковом сознании различных социальных групп, представлена в таблице 4.

Как видно из таблицы 4, общий объем выборки составил 144 информанта.

Таблица 4

Схема балансировки выборки информантов¹

Факторы	144 информантов															
Возраст	72 инф. (17–39 лет)								72 инф. (40–65 лет)							
Специальность	36 (Г)				36 (НГ)				36 (Г)				36 (НГ)			
Образование	18 (В)		18 (С)		18 (В)		18 (С)		18 (В)		18 (С)		18 (В)		18 (С)	
Гендер	9 (М)	9 (Ж)	9 (М)	9 (Ж)	9 (М)	9 (Ж)	9 (М)	9 (Ж)	9 (М)	9 (Ж)	9 (М)	9 (Ж)	9 (М)	9 (Ж)	9 (М)	9 (Ж)

При балансировке выборки в каждой социальной группе оказывается равное количество информантов с другими заданными в эксперименте характеристиками, что позволяет делать выводы, применимые ко всей генеральной совокупности носителей русского языка и к определенным социальным группам, различным по факторам «гендер», «возраст», «образование» и «специальность».

2.2. Методы исследования

Задачи научного исследования решаются с помощью соответствующих заданной проблеме методов и методик. Задача выявления ГС в языковом сознании говорящих потребовала применения комплекса методов. С целью получения материала исследования – вербализованных реакций, представляющих признаки маскулинности и фемининности, использовался метод лингвистического эксперимента. Для интерпретации полученных экспериментальных данных использовался метод семантического анализа. Количественный и статистический анализ реакций позволил построить распределение реакций по социальным группам, выявить различия и сходства в ГС разных социальных

¹ В таблице использованы следующие сокращения: Г – гуманитарная специальность, НГ – негуманитарная специальность, В – высшее образование, С – среднее образование, М – мужчины, Ж – женщины.

групп и с помощью этого вскрыть соотношение общественного и группового языкового сознания. Метод моделирования в конечном счете позволил построить модель гендерной стереотипизации в языковом сознании.

Опишем более подробно использованные в работе методики.

2.2.1. Методика получения экспериментальных данных

С целью получения языкового материала – лексем, являющихся выражением и отражающих содержание СМ/СФ и стереотипов речевого поведения мужчин и женщин, сформированных в языковом сознании общества и разных социальных групп, было проведено 2 эксперимента.

Эксперимент 1. В данном эксперименте информантам предлагалось выполнить следующее задание: «Напишите в 2 столбика любые слова (существительные, прилагательные, глаголы), характеризующие мужчин и женщин (их внешность, психологические качества, социальные роли и т.п.)». Список слов ограничивался: можно было написать до 10 слов в каждый столбик.

Намеренно не выдвигалось требование давать типичные черты мужчин и женщин, поскольку, по нашему предположению, в данном случае информанты могли не дать разностороннего описания атрибутов маскулинности и фемининности, то есть в ходе эксперимента не было бы получено достаточного количества индивидуальных реакций. На фоне индивидуальных представлений, на наш взгляд, ярче «вырисовываются» общественные и групповые стереотипные представления. Примечательно, однако, что некоторые информанты «чувствовали» цель проведения эксперимента и говорили о том, что, предъявляя те или иные лексические единицы, будут давать стереотипное видение атрибутов маскулинности и фемининности.

Эксперимент 2. Для того чтобы понять, каким образом функционируют ГС речевого поведения мужчин и женщин (т.е. ожидания от речевого поведения мужчин и женщин) в общественном и групповом языковом сознании, с теми же информантами был проведен эксперимент, в котором информантам предлагалось ответить на следующий вопрос: «Какие, по Вашему мнению, существуют признаки и характеристики мужской и женской речи?» Информантам было предоставлено 20 минут для выполнения этого задания. Предполагалось, что информанты, отвечая на поставленный вопрос, должны представить свое стереотипное видение особенностей вербального поведения мужчин и женщин в современном коммуникативном пространстве.

Таким образом, основным методом получения лингвистических данных стал опрос, являющийся методом социолингвистических исследований и позволяющий учесть важные для исследования социальные факторы и получить представительный языковой материал. Специалисты по социолингвистике

признают метод опроса ведущим среди методов сбора лингвистических данных [Бондалетов 1987: 146; Беликов и др. 2001; Вахтин и др. 2004; Швейцер и др. 1978: 179]. Метод опроса является эффективным, так как при опросе осуществляется работа напрямую с человеком, который является непосредственным участником исследуемых явлений, а получаемая информация связана с его опытом и интересами. Социальная реальность преломляется в индивидуальном сознании, и, следовательно, мы можем рассматривать информантов как носителей общественного и группового языкового сознания, поэтому реакции информантов одновременно отражают как их социальный, так и индивидуальный опыт и представляют одновременно общественное, групповое и индивидуальное языковое сознание.

2.2.2. Методика и принципы семантического анализа реакций

Получив языковой материал, составляющий содержание СМ/СФ и стереотипов речевого поведения, сформированных в языковом сознании общества и разных социальных групп, необходимо было выявить, по каким семантическим признакам происходит гендерная стереотипизация в языковом сознании.

Прежде всего нас интересовала специфика структурирования, содержания и иерархии лексико-семантических признаков, составляющих ГС в языковом сознании носителей русского языка, принадлежащих к различным социальным группам. Изучение лексико-семантических признаков (ЛСП) позволяет рассматривать их как модель, представляющую содержание слова, а, следовательно, и как инструмент анализа содержания СМ/СФ и стереотипов речевого поведения.

Выделение ЛСП маскулинности и фемининности является, на наш взгляд, эффективным методом изучения формирования и функционирования ГС в языковом сознании. Все слова и словосочетания, полученные в ходе экспериментов и вошедшие в ЛСП СМ/СФ и стереотипов речевого поведения, имеют общеязыковую природу и отражают, таким образом, обыденный уровень общественного и группового сознания. Изучая ГС на основе вербализованных реакций, мы придерживаемся определения языкового сознания, данного Е.Ф. Тарасовым, – «совокупность образов сознания, формируемых и овнешняемых при помощи языковых средств – слов, свободных и устойчивых словосочетаний, предложений, текстов и ассоциативных полей» [Тарасов 2004: 36]. Слово в данном случае признается средством доступа к единой информационно-базе индивида [Залевская 2003], а полевое структурирование отображает в семантических категориях структуру представлений о мире, формируемых человеком посредством познания и членения действительности.

Как уже говорилось, материалом исследования стали данные лингвистического эксперимента с носителями русского языка – реакции, определяющие внешние и социально-психологические характеристики мужчин и женщин. Некоторые реакции информантов представляли собой словосочетания. Тем не менее они также учитывались при выделении стереотипных ЛСП. Данные реакции (лексемы и выражения), представляющие различные семы и характеризующие мужчин и женщин с разных сторон, объединялись на основе общности лексического значения и на основании достаточно ограниченного количества типов семантических связей – «**вхождения**» и «**схождения**» [Новиков 1982: 34].

«**Вхождение**» – это тип связи, основанный на общности сем. Он включает следующие разновидности:

1) гиперо-гипонимическая (родо-видовая) связь предполагает, что обе единицы имеют одинаковые семы, но кроме них видовая единица включает одну или несколько конкретных сем (например, *работать* и *трудяга – трудяга* имеет дифференцирующие семы ‘много работать’, ‘приоритет работы’);

2) пересечение предполагает, что единицы имеют общие и различные семы (например: *активность – активный – быстрый – энергичный – подвижный – ловкий* пересекаются по общей семе – ‘проявлять энергию’);

3) синонимическая связь предполагает пересечение и гиперо-гипонимическую связь между единицами, принадлежащими к одному или соседним уровням иерархии (например: *работа – работать – работник – работоспособный – работающий – работага*);

4) градуальная связь предполагает, что синонимические единицы называют разные степени обозначаемого понятия и различаются семами типа ‘очень’, ‘максимальное’, ‘незначительное’ (например: *аккуратный* и *чистоплотный – чистоплотный* имеет сему ‘очень аккуратный’);

5) партитивная связь предполагает, что единицы называют понятие в целом и его части (например, *лидирующий – ведущий за собой массы*).

Термином «**схождение**» определяется связь, которая основывается на близости содержания сем. Близкими по содержанию являются семы, одна из которых входит в другую. Например, сема ‘спокойный’ входит в сему ‘сдержанный’, семы близки по содержанию. Следовательно, связаны и элементы, их включающие: *самообладание* и *уравновешенность*.

Таким образом, единицы полевых структур (в том числе и лексико-семантического поля) имеют различные типы связей между собой: широкое и более узкое значение лексем («вхождение»); общий признак по времени или месту («схождение») [там же: 34].

Считаем нужным особо оговорить, что нами учитывались все реакции, полученные от информантов. Обычно лингвисты, которые обращаются к изу-

чению реакций, полученных экспериментальным путем, усматривают проявление стереотипизации только в самой частотной реакции [Гасица 1990; Залевская 1999; Новикова 1998 и др.]. При таком подходе вне внимания оказываются все остальные реакции, кроме наиболее частотной. Мы же считаем, что все реакции, даваемые информантами, взаимосвязаны, поэтому представляется возможным моделировать СМ/СФ и стереотипы речевого поведения посредством выделения ЛСП, в которые могут входить реакции, хоть и не самые частотные, но имеющие по смысловому содержанию тесную связь с более частотной реакцией. Так, например, ЛСП **‘опора’** актуализирован реакциями *надежность; надежный; опора; опора в семье; стена, за которой можно чувствовать себя защищенной*, среди которых словосочетание *стена, за которой можно чувствовать себя защищенной* было дано информантами всего лишь один раз, но, тем не менее, мы не считаем возможным поместить данную реакцию на периферию, так как семантически данная характеристика близка семе **‘опора’**.

Все реакции, получаемые от информантов, в той или иной степени связаны между собой, что и позволяет моделировать такие сложные ментальные образования, как ГС. Если прослеживается смысловая близость отдельных реакций, то необходимо их объединять: «...семантическое значение... представляет овнешненный словом образ сознания» [Ментальность россиян 1997: 267]. Этот принцип работы стал основным при обработке реакций, полученных от информантов в ходе проведенных лингвистических экспериментов.

Выделенные ЛСП маскулинности/фемининности могут относиться к разным лексико-семантическим полям.

Лексико-семантическая поле – это совокупность лексических единиц, объединенных каким-то общим (интегральным) лексико-семантическим признаком; иными словами – имеющих некоторый общий компонент значения [Васильев 1971].

Наиболее полно свойства лексико-семантического поля выделила И.И. Чумак-Жунь [Чумак-Жунь 1996].

1. Семантическое поле образуется множеством значений, которые имеют хотя бы один общий компонент (общий семантический признак). Этот компонент обычно выражается архилексемой (гиперлексемой), то есть лексемой с наиболее обобщенным значением.

2. В лексико-семантическом поле выделяются микрополя – семантические объединения, члены которых связаны интегральным признаком, выражаемым обычно доминантой микрополя (ядерной лексемой). Внешнюю структуру микрополя составляет ядро и несколько областей, одни из которых могут располагаться в непосредственной близости к ядру (ближняя периферия), а другие на периферии микрополя (дальняя периферия).

3. Внутренняя структура поля понимается как набор корреляций, связывающих семантические единицы.

4. Для поля характерна взаимоопределяемость элементов, выступающая иногда в виде взаимозаменяемости этих элементов.

5. Лексико-семантические поля не изолированы друг от друга. Каждое слово языка входит в определенное лексико-семантическое поле, причем вследствие своей многозначности, не только в одно.

6. Одно семантическое поле может включаться в другое поле более высокого уровня.

Таким образом, лексико-семантическое поле представляет собой определенную группу слов (либо словосочетаний), объединенную одним родовым значением (ядром поля). Лексико-семантическое поле содержит в себе единицы, по своим значениям находящиеся на разном «расстоянии» от ядра поля (ближняя и дальняя периферия).

Так, ЛСП маскулинности и фемининности вошли в состав следующих 13 лексико-семантических полей (см. табл. 2 и 3 Приложения):

- 1) моральные качества;
- 2) характер;
- 3) профессия, социальные роли;
- 4) ментальные характеристики;
- 5) межличностные отношения;
- 6) традиционные мужские/женские занятия/действия;
- 7) внешность;
- 8) внешние атрибуты (одежда, аксессуары и т.п.);
- 9) характеристики речи;
- 10) инвективы/отрицательные характеристики;
- 11) метафорические наименования;
- 12) возрастные характеристики;
- 13) родственные связи.

Выделение лексико-семантических полей позволяет выявить, какие собственно аспекты жизни человека стереотипизируются в языковом сознании носителей русского языка.

Таким образом, ЛСП выстраиваются на основе семантической близости входящих в них реакций и объединяют типичные для общественного и группового языкового сознания русских признаки предмета или понятия (в нашем случае мужчин и женщин), соответствующих имени поля [Караулов 1976, 1994].

Эксперименты по выявлению СМ/СФ и стереотипов речевого поведения позволяют проследить реализацию механизма гендерной стереотипизации в языковом сознании как всего общества, так и представителей различных социальных групп не только на примере отдельных реакций, но на материале более широких смысловых образований – ЛСП, образующих лексико-семантические поля.

2.2.3. Методика количественного анализа реакций

Для изучения структуры общего и групповых ГС были построены распределения частот реакций информантов (всех в совокупности и по социальным группам) по выделенным ЛСП маскулинности/фемининности и по признакам речевого поведения мужчин и женщин (см. рис. 1–18 Приложения).

Распределения частот позволили обнаружить в структуре общих СМ/СФ и стереотипов речевого поведения мужчин и женщин (см. рис. 1–18 Приложения) следующие зоны, представленные реакциями с определенной частотой:

- 1) ядро стереотипа (100–35 %);
- 2) ядерная зона стереотипа (35–15 %);
- 3) предъядерная зона (15–12 %);
- 4) периферийная зона (12–7 %);
- 5) периферия (7–1 %).

Границы зон определялись в соответствии с перепадами на графиках распределений.

СМ/СФ и стереотипы речевого поведения мужчин и женщин имеют сложную полевую структуру. Наиболее частотные реакции, на которые было дано более 35 % реакций всех информантов, составляют ядро, которое в большей или меньшей степени разделяется многими представителями разных социальных групп.

Убывающие по частотности реакции составили ядерную (менее 35 % и до 15 % реакций всех информантов) и предъядерную (менее 15 % и до 12 % реакций информантов) зоны ГС.

Возможность выделения однотипных когнитивных признаков, достаточных для идентификации субъектов, категоризируемых как «мужчина» и «женщина», свидетельствует о проявлении механизма гендерной языковой стереотипизации. Реакции, входящие в ядро, ядерную и предъядерную зоны и объединенные в более крупные ЛСП, характеризуют психологические, ментальные и социальные свойства мужчин и женщин.

Реакции, представленные в количестве менее 12 % и до 7 %, актуализировали ЛСП периферийной зоны общих ГС. Данные ЛСП близки к собственно периферии по количественному составу образующих их реакций. Тем не менее, некоторые из этих ЛСП вошли в предъядерную зону групповых СМ/СФ и стереотипов речевого поведения мужчин и женщин и актуализировались достаточным количеством реакций (21–13 % реакций).

Периферия исследуемых когнитивных образований – СМ/СФ и стереотипов речевого поведения мужчин и женщин, в которые входят ЛСП, связанные с представлениями о мужественности и женственности, актуализирована индивидуальными реакциями информантов. Выделенные ЛСП, на которые

было дано от 10 до 1 реакции (менее 7 % информантов), проанализированы и объединены в лексико-семантические поля (см. табл. 2, 3 Приложения). В индивидуальных реакциях процесс стереотипизации различных мужских и женских качеств нами не рассматривается, поскольку мы не считаем их составными компонентами СМ/СФ и стереотипов речевого поведения мужчин/женщин. Индивидуальные реакции информантов имеют значение для исследования представлений о мужественности и женственности в целом. Однако, по причине того, что данные ЛСП не представлены достаточным количеством реакций, их нельзя назвать групповыми стереотипными представлениями.

Графики распределения частот реакций информантов, которые различались градациями четырех исследуемых социальных факторов («гендера», «возраста», «образования» и «специальности»), позволили выделить в структуре групповых СМ/СФ и стереотипов речевого поведения мужчин/женщин следующие семантические зоны:

- 1) ядро (100–40 %);
- 2) ядерная зона (40–22 %);
- 3) предъядерная зона (22–13 %);
- 4) периферия (13–1 %).

В данном случае 13 % реакций (9 реакций) являются крайним показателем периферии, так как в минимальную группу, объединенную по всем исследованным факторам, входило по 9 человек (см. табл. 4).

Таким образом, в структуре общих и групповых СМ/СФ и стереотипов речевого поведения мужчин/женщин выделенные ЛСП приобретают различную степень значимости и выстраиваются иерархически в зависимости от частотности реакций.

При количественном анализе распределения частот реакций информантов, принадлежащих к различным социальным группам, выяснилось, что существуют различия в частоте актуализации тех или иных ЛСП. При анализе влияния факторов на частоту актуализации ЛСП влияние признается существенным в том случае, если разница между частотами актуализации ЛСП больше или равна 7. Поскольку в каждую группу информантов внутри факторов входит по 72 человека (см. табл. 4), будем считать, что количество реакций существенно различается по разным градациям фактора, если оно различается более чем у 10 % информантов (то есть если разница в частотах по ЛСП составляет 7 единиц и более).

Для сравнения распределения частот реакций между градациями одного фактора были построены графики (см. рис. 1–8), которые позволили продемонстрировать, по каким ЛСП маскулинности/феминности и речевого по-

ведения мужчин/женщин наблюдаются значительные расхождения внутри исследуемого фактора («гендер», «возраст», «образование» и «специальность»).

Для того чтобы оценить близость ответов групп испытуемых, которые представляют разные градации одного фактора, были также посчитаны коэффициенты корреляции между распределениями частот ответов соответствующих групп.

Использовался коэффициент нормальной корреляции Пирсона:

$$r = \frac{\sum (x_i - \bar{x})(y_i - \bar{y})}{\sqrt{\sum (x_i - \bar{x})^2 \sum (y_i - \bar{y})^2}}.$$

По шкале Гилфорда при значениях $r \geq 0,8$ корреляция считается очень высокой, при $0,7 \leq r < 0,8$ – высокой, при $0,5 \leq r < 0,7$ – средней, при $0,3 \leq r < 0,5$ – умеренной, при $0,2 \leq r < 0,3$ – слабой.

Значения коэффициента корреляции можно трактовать как меру согласия между ответами информантов: чем выше коэффициент корреляции, тем больше похожи ответы сравниваемых групп.

Таким образом, распределение частот актуализированных ЛСП с выделением зон СМ/СФ и стереотипов речевого поведения мужчин/женщин можно рассматривать как модель гендерной стереотипизации в общественном и групповом языковом сознании. Построенная на таких основаниях модель позволяет рассматривать ГС как поле представлений с учетом степени их актуальности для общества и разных социальных групп. Выделение в поле ГС ядра и других зон, рассмотрение соотношения этих зон позволяет сравнивать общий и групповые СМ/СФ и стереотипы речевого поведения мужчин/женщин.

Выводы

Итак, при изучении ГС в языковом сознании необходимо применять совокупность лингвистических методов.

Так, эффективным методом исследования стереотипов, гендерных в том числе, является анализ не отдельных реакций информантов, а объединение реакций в более широкие ЛСП, которые позволяют определить основные аспекты гендерной стереотипизации в языковом сознании русских.

Количественный анализ реакций, полученных от информантов, принадлежащих к разным социальным группам общества, является способом описания структуры СМ/СФ и стереотипов речевого поведения мужчин и женщин с выделением в них упорядоченных зон, демонстрирующих актуальность тех

или иных представлений для языкового сознания общества в целом и для языкового сознания основных социальных групп общества.

Применение социолингвистических методик, в частности опроса выборки информантов, сбалансированной по основным социальным факторам, позволяет определить, каким образом происходит гендерная стереотипизация в языковом сознании носителей русского языка, принадлежащих к разным социальным группам современного общества.

Совмещение социолингвистических и психолингвистических методик оказывается плодотворным при исследовании зависимости и вариативности ГС от социальных параметров говорящего.

ГЛАВА 3

ЭКСПЕРИМЕНТАЛЬНОЕ ИССЛЕДОВАНИЕ СТЕРЕОТИПОВ МАСКУЛИННОСТИ И ФЕМИНИННОСТИ В ЯЗЫКОВОМ СОЗНАНИИ НОСИТЕЛЕЙ РУССКОГО ЯЗЫКА

3.1. Стереотип маскулинности в языковом сознании носителей русского языка

В ходе Эксперимента – I по выявлению СМ всего от информантов было получено 1202 реакции. Из них 594 реакции актуализировали 26 ЛСП маскулинности, вошедших в состав стереотипа. Остальные 608 реакций составили периферию и не вошли в структуру СМ (см. табл. 2 Приложения).

От информантов-женщин и гуманитариев было получено больше реакций, чем от информантов, принадлежащих к другим социальным группам. Информанты-гуманитарии по сравнению со всеми остальными группами представили наибольшее количество реакций (324), что может свидетельствовать о том, что под влиянием фактора «гуманитарная специальность» люди стремятся давать многоаспектное описание атрибутов маскулинности.

Подобное соотношение реакций может свидетельствовать о том, что женщины и гуманитарии дают более детализированное описание мужчин и их качеств, а также, возможно, более ответственно подходят к заданию и «стараятся» написать большое количество слов, представляющих признаки маскулинности.

3.1.1. Стереотип маскулинности в общественном языковом сознании

ЛСП, входящие в СМ, представлены как иерархия признаков, характеризующих мужчин. Данная иерархия строится с учетом степени актуальности ЛСП в сознании носителей языка. Анализ распределения реакций всех информантов (см. рис. 1 Приложения) показывает, что в структуре СМ можно выделить несколько зон:

- 1) ядро стереотипа (51–66 реакций);
- 2) ядерная зона стереотипа (23–33 реакции);
- 3) предъядерная зона стереотипа (20–21 реакция);
- 4) периферийная зона стереотипа (12–17 реакций).

Представим распределение реакций всех информантов по ЛСП в виде модели гендерной стереотипизации в языковом сознании. Для этого построим таблицу, демонстрирующую частоту ЛСП маскулинности в общественном и групповом языковом сознании в абсолютных частотах (см. табл. 5).

В таблицу включены только те ЛСП, которые вошли в ядро, ядерную и предядерную зоны стереотипов какой-либо из социальных групп. Остальные ЛСП и их частоты представлены в таблице 2 Приложения. Таблица 5 демонстрирует модель СМ как в общественном языковом сознании, так и в сознании разных социальных групп.

Рассмотрим СМ в общественном сознании. Как видно из таблицы 5, в ядро общего СМ попадают два семантических признака. На первом и втором местах оказываются ЛСП **‘сила’**, актуализированный в лексемах *сила, сильный, физическая сила* (66 реакций) и ЛСП **‘ум’**, представленный лексемами *аналитический ум, острота ума, ум, умный, умница* (51 реакция), что соответствует стереотипу, что сила и ум характерны прежде всего для мужчин. Эти признаки встречаются более чем у трети информантов (35 %).

В ядерную зону СМ можно включить те реакции, которые дали более 15 % информантов. К ним относятся ЛСП **‘работник’** (33 реакции), **‘успешность’** (31 реакция), **‘ответственность’** (31 реакция), **‘доход’** (30 реакций), **‘мужественность’** (25 реакций), **‘опора’** (25 реакций), **‘смелость’** (25 реакций) и **‘сдержанность’** (23 реакции).

Если проанализировать характер и иерархию признаков, то оказывается, что ядерную зону СМ образуют ЛСП, связанные с материальным аспектом жизни мужчины. В обыденном общественном сознании мужчине прежде всего отводится роль добытчика: традиционные признаки, приписываемые мужчинам, преимущественно относятся к области работы и зарабатывания денег.

Группа лексем, объединенная по семе **‘работник’**, представлена большим количеством разнообразных лексических единиц: *занятый, работа, работать, работать допоздна, работник, работоспособный, работающий, работага, трудяга, трудоголик, трудолюбивый* (всего 33 реакции). Большинство слов, актуализирующих данный признак, характеризует мужчину как способного много и эффективно трудиться и любящего свою работу.

Предполагаем, что этот ЛСП тесно связан со следующим в иерархии признаков – а именно с признаком **‘успешность’**. Данный ЛСП актуализируется лексемами: *амбициозный, бизнес, богатый, деловой, карьера, карьерист, солидный, состоявшийся, состоятельный, статус, успешность, человек дела, selfmademan* (всего 31 реакция). Существование в языковом сознании общества ГС состоявшегося мужчины свидетельствует о современных общественных ценностях: в обществе считается, что для мужчины важно быть успешным в карьере, получить высокий социальный статус и быть состоятельным материально, при этом материальная составляющая успеха оказывается наиболее важной.

Материальный аспект жизни мужчины отражен также в ЛСП **‘доход’**, представленном следующими лексемами *деньги, доход, добытчик, зарабатывать деньги, зарабатывающий деньги, заработная плата, заработок, кормилец* (всего 30 реакций).

**Частота ЛСП маскулинности в общественном
и групповом языковом сознании (абс.)²**

Лексико-семантический Признак	Всего	Гендер		Возраст		Образование		Специальность	
		Ж	М	1	2	В	С	Г	НГ
сила	66	34	32	45	21	37	29	31	35
ум	51	32	19	29	22	26	25	25	26
работник	33	13	20	15	18	11	22	15	18
успешность	31	20	11	20	11	19	12	14	17
ответственность	31	13	18	11	20	18	13	17	14
доход	30	20	10	15	15	19	11	12	18
мужественность	25	13	12	11	14	12	13	(9)	16
опора	25	21	(4)	10	15	15	10	14	11
смелость	25	12	13	13	12	(7)	18	(8)	17
сдержанность	23	10	13	16	(7)	14	(9)	10	13
отец	21	16	(5)	12	(9)	15	(6)	11	10
активность	20	10	10	(7)	13	12	(8)	10	10
чувство юмора	20	(7)	13	13	(7)	(9)	11	12	(8)
целеустремленность	20	(0)	20	(9)	11	17	3	13	(7)
интеллигентность	(17)	(9)	(8)	(4)	13	(6)	11	(9)	(8)
уверенность	(17)	(8)	(9)	14	(3)	10	(7)	12	(5)
полигамность	(16)	(9)	(7)	12	(4)	(7)	(9)	(4)	12
доброта	(15)	13	(2)	(8)	(7)	(6)	(9)	(7)	(8)
забота	(15)	(9)	(6)	(6)	(9)	(5)	10	(7)	(8)
защита	(15)	(9)	(6)	(5)	10	10	(5)	10	(5)
решительность	(14)	(7)	(7)	(7)	(7)	11	(3)	10	(4)
семьянин	(14)	(8)	(6)	(5)	(9)	(7)	(7)	10	(4)
лидерство	(13)	(2)	11	11	(2)	(7)	(6)	(6)	(7)
муж	(13)	11	(2)	(5)	(8)	(9)	(4)	(8)	(5)
любящий	(12)	10	(2)	(2)	10	(5)	(7)	(8)	(4)
честность	(12)	(2)	10	(3)	(9)	10	(2)	(8)	(4)
Всего	594	318	276	308	286	300	294	324	270

² В данной таблице и далее использованы следующие сокращения: М – мужчины, Ж – женщины, 1 – возрастная группа 17–39 лет, 2 – возрастная группа 40–62 года, Г – гуманитарии, НГ – негуманитарии, В – высшее образование, С – среднее образование. Цифры, выделенные полужирным шрифтом с подчеркиванием обозначают признаки ядра СМ; полужирным – признаки ядерной зоны; обычным шрифтом – признаки предъядерной зоны; цифры, указанные в скобках указывают на признаки периферийной зоны общего СМ и периферии групповых СМ; серым цветом обозначены значительные расхождения между значениями градаций факторов.

ЛСП **‘опора’** актуализирован 25 реакциями информантов. Данный ЛСП представлен неоднородными по значению лексемами: *надежность, надежный, опора, опора в семье, стена, за которой можно чувствовать себя защищенной*. Слова, объединенные по этому признаку, показывают, что мужчина благодаря своей успешности, в том числе и материальной, воспринимается как опора для других людей, как надежный человек, как опора в семье.

Мужчина в представлении общества должен быть ответственным во всех сферах социальной жизни: на ЛСП **‘ответственность’**, который представлен словами *ответственность* и *ответственный*, была дана 31 реакция.

В общественном языковом сознании, как видим, придается большое значение качествам мужчины, связанным с материальным благополучием; а такие традиционно выделяемые как стереотипные положительные характеристики мужчин, как **‘мужественность’** (слова *мужество, мужественность, мужественный*) – 25 реакций, **‘смелость’** (слова *отвага, смелость, смелый, храбрость, храбрый*) – 25 реакций и **‘сдержанность’** (слова и словосочетания *сдержанный, спокойный, спокойствие, стремящийся скрывать и подавлять эмоции, самообладание, сдерживающий эмоции, уравновешенный*) – 23 реакции, являются менее актуальными по сравнению с другими характеристиками мужчин. Качественное разнообразие лексем, представляющих признак **‘сдержанность’**, демонстрирует мнение социума о том, что мужчина должен быть спокойным в своем поведении и способным сдерживать эмоции.

Реакции, которые дали менее 15 % информантов, составили предъядерную зону СМ. Рассмотрим ЛСП предъядерной зоны СМ, выделяемые языковым сознанием общества

Как видно из таблицы 5, в предъядерную зону ГС вошли положительные характеристики мужчин. ЛСП **‘активность’**, актуализированный лексемами *активность, активный, быстрый, ловкий, подвижный, энергичный* (20 реакций) и ЛСП **‘чувство юмора’** (лексемы *балагур, веселый, чувство юмора* (20 реакций) демонстрируют положительное отношение общества к образу мужчины и маскулинности.

ЛСП **‘целеустремленность’**, актуализированный семами *упертый, упорство, целеустремленность, целеустремленный* (20 реакций), рисует образ целеустремленного, уверенного в себе мужчины.

В предъядерной зоне СМ отражена социальная роль отца: на ЛСП **‘отец’** от информантов была получена 21 реакция (слова и словосочетания *отец, папа, продолжатель потомства*). Тем не менее данный ЛСП не оказывается включенным в ядерную зону СМ, что свидетельствует о недостаточно высокой оценке социальной роли отца для современного общества. Данное наблюдение совпадает с результатами и выводами, полученными в ходе других ассоциативных экспериментов подобного рода, о том, что в языковом соз-

нании русских не придается большого значения отцовству: «концепт отцовства (...) представлен весьма слабо» [Кирилина, 2000б: 32]. Слабая представленность этой социальной роли в языковом сознании общества может свидетельствовать о системе ценностей современного общества, в котором отдается предпочтение материальному благополучию, а не устроенности семейной жизни.

ЛСП периферийной зоны СМ, актуализированные менее 12 % реакций информантов, отражают представление о добром, заботливом, готовом защитить мужчине: ЛСП **‘доброта’** (слова *доброта, добрый, добряк*) – 15 реакций, **‘забота’** (слова *забота и заботливый*) – 15 реакций и **‘защита’** (слова *защита и защитник*) – 15 реакций, имеют равное количество реакций и характеризуют мужчину с положительной стороны.

ЛСП **‘интеллигентность’**, объединяющий большое количество слов *вежливый, воспитанный, доброжелательный, дружелюбный, интеллигентный, культурный, приветливый, тактичный* (17 реакций), свидетельствует об образе мужчины как носителя культуры.

Единственная отрицательная характеристика мужчин отмечена в ЛСП **‘полигамность’**, актуализированном следующими лексемами: *бабник, гуляка, гулящий, Казанова, кобель, "кобелиный образ жизни", неверный, полигамный, похотливый самец, склонный к измене* (всего 16 реакций). Как видим, ЛСП представлен разнообразными лексемами, что отражает четко закрепленное в сознании современного общества представление о мужской неверности и полигамности. Однако напомним, что он попадает только в периферийную зону и только он описывает отрицательное отношение к мужчинам.

Анализ распределения реакций информантов показывает, что в современном обществе представления о мужественности и о роли мужчины в семье являются не самыми актуальными. Так, по результатам нашего эксперимента в общем СМ восприятие мужчины как отца, главы семьи и мужа менее выражено, чем восприятие мужчины как состоявшегося и успешного человека: ЛСП **‘семьянин’** (лексемы *глава семьи, защитник семьи, семейный, семьянин, хозяин дома*) представлен 14 реакциями, ЛСП **‘муж’** – 13 реакциями, ЛСП **‘любящий’**, в состав которого входят лексемы *любящий, любящий отец и любящий муж*, – 12 реакциями. Подобное расположение ЛСП в периферийной зоне СМ обусловлено, по всей видимости, переосмыслением роли мужчины в современном обществе и тем, что роль главы семьи может выполнять женщина наравне с мужчиной.

Итоги нашего исследования в данном случае совпадают с выводами Е. И. Горошко о том, что «такие социальные роли мужчины, как отец и муж, весьма слабо представлены в обыденном сознании современных русских, а реакция *глава семьи* вообще встретила один раз» [Горошко 1997: 22]. Как

показал наш анализ лексем, характеризующих мужчину и его свойства, такие лексемы, как *глава семьи* и *муж*, представлены незначительным количеством реакций и по этой причине не попадают в ядро и ядерную зону СМ. Эти результаты показывают, что в сознании современного российского общества понятие «мужчина» определяется выполнением семейных обязанностей (муж – глава семьи, кормилец семьи) и родительских функций (отец) не в первую очередь.

По этой же причине, скорее всего, «мужественность определяется, синтагматически сочетаясь в первую очередь с единицами с семантикой прочности, силы, храбрости» [Кирилина 2000б: 32] и решительности. Исследование периферийной зоны СМ в нашем эксперименте демонстрирует замеченную А.В. Кирилиной тенденцию. Стереотип, связанный с важной для мужчин ролью лидера и сильного духом человека, широко представлен в исследуемой зоне следующими ЛСП: **‘уверенность’** (реакции *важный, самоуверенный, самодостаточный, уверенность, уверенный*) – 17 реакций, **‘решительность’** (*принимающий решения, решительность, решительный, широкий спектр решаемых задач*) – 14 реакций и **‘лидерство’** (*ведущий за собой массы, лидер, лидерство, лидирующий*) – 13 реакций.

Кроме того, результаты анализа периферийной зоны СМ, сформированного в языковом сознании общества, демонстрируют представление о честности мужчин: в исследуемую зону также вошел ЛСП **‘честность’**, актуализированный лексемами *правдивый, справедливый, честный* (12 реакций).

Итоги нашего лингвистического эксперимента отчасти совпадают с результатами исследований концепта маскулинности в современном русском языковом сознании. В качестве наиболее частотной реакции на слово-стимул *мужчина* исследователи гендерного языкового сознания называют слова *женщина, сильный, высокий, красивый / красавец* [Кирилина 1999: 150–151], т.е. в русском языковом сознании придается большое значение внешним характеристикам человека. В нашем эксперименте в исследуемых зонах СМ, сформированного в языковом сознании общества, тенденции к стереотипизации внешних признаков мужчины не обнаружено. Как косвенно связанные с внешностью могут быть рассмотрены признаки **‘сила’** и **‘мужественность’**, поскольку чаще всего сильные и мужественные мужчины выглядят внешне привлекательными.

Таким образом, анализ ядра, ядерной, предъядерной и периферийной зон СМ показывает, что в языковом сознании общества фиксируются прежде всего личностные положительные характеристики мужчин и происходит переосмысление традиционных социальных ролей мужчины, что находит свое отражение в относительно небольшом количестве реакций, данных на ЛСП **‘отец’**, **‘семьянин’** и **‘муж’**.

Рассмотрим далее, как формируется СМ в языковом сознании различных социальных групп общества.

3.1.2. Стереотип маскулинности в групповом языковом сознании

3.1.2.1. Стереотип маскулинности в языковом сознании мужчин и женщин

Всего в ходе эксперимента по выявлению СМ в языковом сознании от информантов-женщин было получено больше реакций (318), чем от информантов-мужчин (276).

Анализ распределения частот реакций информантов-женщин по ЛСП (см. рис. 2 Приложения и табл. 5) позволяет выделить в структуре СМ, сформированного в языковом сознании женщин, ядро СМ, в состав которого, входят два ЛСП: ЛСП **‘сила’** и ЛСП **‘ум’** (32 реакции), что совпадает с ядром общего стереотипа, т.е. женщины разделяют общественный ГС о том, что мужчина является сильным и умным. Реакции ядра встречаются почти у половины информантов-женщин (44 %), т.е. можно сказать, что информанты-женщины более единодушны в своих представлениях, чем все информанты в совокупности (35 %).

В ядерную зону СМ вошли ЛСП **‘опора’** (21 реакция), **‘успешность’** (20 реакций), **‘доход’** (20 реакций) и **‘отец’** (16 реакций). На данные ЛСП были получены реакции более чем от 22 % информантов-женщин. Как видим, стереотипное видение мужчины включает у женщин, как и в обществе в целом, представления о его социальной и материальной успешности и за счет этого о его способности выступать опорой в жизни и семье. На последнее указывает вхождение в ядерную зону признака **‘отец’** (16 реакций из 21), который в СМ, сформированном в общественном сознании, входит только в предъядерную зону. В женском языковом сознании за мужчинами сохраняется роль отца, и эта роль одобряется женщинами.

Одновременное присутствие ЛСП **‘опора’** и **‘отец’** в ядерной зоне СМ в языковом сознании женщин свидетельствует о том, что женщина отводит мужчине в первую очередь социальную роль главы семьи и надежного человека, рядом с которым можно чувствовать себя уверенной и защищенной. В женском языковом сознании данный признак стереотипизируется: у женщин сформировано определенное ожидание от поведения мужчины, о чем свидетельствует типичная женская реакция *стена, за которой можно чувствовать себя защищенной*. Можно утверждать, что данный стереотип формируется для общества в целом за счет представлений женщин (21 реакция от общего количества 25 реакций, данных всеми информантами – см. табл. 5).

В состав предъядерной зоны СМ вошли ЛСП **‘работник’** (13 реакций), **‘ответственность’** (13 реакций), **‘мужественность’** (13 реакций), **‘доброта’** (13 реакций), **‘смелость’** (12 реакций), **‘муж’** (12 реакций), **‘сдержанность’**

(10 реакций), **‘активность’** (10 реакций), **‘любящий’** (10 реакций). Реакции предъядерной зоны встретились у 13 % информантов-женщин.

Анализ взаимосвязи ЛСП в ядерной и предъядерной зонах СМ выявляет традиционное представление женщин о мужчинах как о социально успешных людях. Однако можно заметить, что для женщин важен сам результат трудовой деятельности мужчин и их социальный статус, а не профессиональные качества мужчины: ЛСП **‘успешность’** (20 реакций) и ЛСП **‘доход’** (20 реакций) расположены в ядерной зоне в иерархии традиционно приписываемых признаков маскулинности выше, чем ЛСП **‘работник’** (13 реакций).

ЛСП **‘ответственность’** (13 реакций из 31), **‘мужественность’** (13 реакций из 25) и **‘смелость’** (12 реакций из 25) расположены в отличие от общего стереотипа в предъядерной зоне, а не в ядерной, что может свидетельствовать о том, что женщины не в полной мере разделяют общественные представления об ответственности и смелости мужчин. Возможно, в женском языковом сознании происходит постепенное переосмысление традиционных атрибутов маскулинности: женщины уже не считают мужчин достаточно ответственными и мужественными.

Общественные представления о других психологических свойствах мужчин женщины в принципе разделяют: ЛСП **‘доброта’** (13 реакций из 15), **‘сдержанность’** (10 реакций из 23), **‘активность’** (10 реакций из 20) представлены примерно равным количеством реакций информантов-женщин. Признак **‘доброта’** в списке этих качеств оказался наиболее актуальным, так как расположен в предъядерной зоне группового СМ, а не в периферийной, как в структуре общего СМ.

В общем СМ ЛСП **‘муж’** (11 реакций из 13) и **‘любящий’** (10 реакций из 12) расположены в периферийной зоне СМ. В СМ, сформированном в языковом сознании женщин, данные ЛСП оказываются включенными в предъядерную зону, что свидетельствует о важности социальной роли мужа для женщин.

Анализ распределения частот реакций информантов-мужчин по ЛСП (см. рис. 3 Приложения и табл. 5) позволил выделить в структуре СМ, сформированного в языковом сознании мужчин, ядро, состоящее из одного ЛСП **‘сила’** (32 реакции). Тем не менее, можно сказать, что информанты-мужчины единодушнее, чем все информанты в совокупности, в определении автостереотипа проявления силы у мужчин: реакции, данные на признак **‘сила’** встретились почти у половины информантов-мужчин (44 %).

ЛСП **‘ум’** (19 реакций) не входит в ядро автостереотипа мужчин. Этот признак вместе с другими ЛСП, такими как **‘работник’** (20 реакций), **‘целеустремленность’** (20 реакций), **‘ответственность’** (18 реакций), оказывается включенным в ядерную зону СМ, сформированного в языковом сознании

мужчин. На указанные выше ЛСП были получены реакции от более 25 % информантов.

Приоритетными для себя мужчины считают психологические качества, а не ментальные. По этой причине ЛСП **‘ум’** (19 реакций из 51) оказался расположенным ниже ЛСП **‘целеустремленность’** (20 реакций из 20) в ядерной зоне СМ. Распределение реакций на ЛСП **‘целеустремленность’** свидетельствует о том, что стереотип мужчины как целеустремленного формируется преимущественно в мужском языковом сознании. Мужчины считают себя умными, однако, не в той степени, как все общество в целом. Для мужчин важнее быть целеустремленным, чем умным.

Традиционное понимание маскулинности в языковом сознании мужчин, как видим из таблицы 5, связано прежде всего с функционально-профессиональным аспектом жизни человека: ЛСП **‘работник’** представлен 20 реакциями мужчин. Сам результат профессиональной деятельности – социальный статус и материальное благополучие – оказываются менее важными аспектами социальной жизни для мужчины. ЛСП **‘успешность’** (11 реакций из 31) и ЛСП **‘доход’** (10 реакций из 30) актуализированы в меньшей степени, чем в общественном языковом сознании, и оказываются включенными в предъядерную зону СМ в отличие от общего стереотипа, в котором эти признаки включены в ядерную зону.

В предъядерную зону СМ входят также различные психологические качества мужчин, демонстрируемые ЛСП **‘смелость’** (13 реакций из 25), **‘сдержанность’** (13 реакций из 23), **‘чувство юмора’** (13 реакций из 20), **‘мужественность’** (12 реакций из 25), **‘лидерство’** (11 реакций из 13), **‘активность’** (10 реакций из 20), **‘честность’** (10 реакций из 12). В целом данные признаки создают автостереотип мужчин, представленный положительными характеристиками.

Сопоставление частот реакций мужчин и женщин по ЛСП демонстрирует значительные расхождения в представлениях о маскулинности в зависимости от фактора «гендер».

Представим распределение реакций, данных информантами-мужчинами и информантами-женщинами, в виде графика, на котором видны расхождения между значениями градаций фактора «гендер» (см. рис. 1 и табл. 5).

Как видно из рисунка 1, ЛСП ядра **‘сила’** представлен в языковом сознании мужчин и женщин одинаково: частоты реакций практически не различаются (34 реакции информантов-женщин и 32 реакции информантов-мужчин). ЛСП **‘ум’** значительно чаще называют женщины (32 реакции), и у них, как уже говорилось, он входит в ядро СМ. Для автостереотипа мужчин этот ЛСП является менее значимым, называется всего 19 раз и входит только в ядерную зону, а не в само ядро.



Рис. 1. Распределения частот реакций мужчин и женщин по ЛСП

Количество реакций по ЛСП ‘ответственность’ (13 реакций женщин и 18 реакций мужчин), ‘мужественность’ (13 реакций женщин и 12 реакций мужчин), ‘смелость’ (12 реакций женщин и 13 реакций мужчин), ‘сдержанность’ (10 реакций женщин и 13 реакций мужчин), ‘активность’ (10 реакций женщин и 10 реакций мужчин) существенно не различается по градациям фактора «гендер», так как разница в частотах по признакам составила менее 7 единиц (см. рис. 1).

Практически равное распределение реакций по указанным ЛСП может свидетельствовать о том, что данные ЛСП описывают представления общества об атрибутах маскулинности, которые разделяются в равной степени как мужчинами, так и женщинами.

Тем не менее дальнейший анализ распределения реакций по градациям фактора «гендер» демонстрирует тенденции к существованию разных представлений о тех или иных атрибутах маскулинности.

Так, например, разница в частотах по ЛСП ‘работник’ (13 реакций женщин и 20 реакций мужчин), ‘успешность’ (20 реакций женщин и 11 реакций мужчин), ‘доход’ (20 реакций женщин и 10 реакций мужчин) составила 7 единиц и более (напомним, что расхождение на 7 единиц и более мы считали существенным). Из неравного распределения реакций можно сделать вывод о том, что для женщин важнее успешность мужчин в целом: высокий социальный статус мужчины в обществе и материальное благосостояние. Для мужчин же более важным оказывается сам процесс работы, о чем свидетельствует тот факт, что информанты-мужчины дали больше реакций на ЛСП ‘работник’.

Распределение реакций на ЛСП ‘опора’ (21 реакция женщин и 4 реакции мужчин), ‘отец’ (16 реакций женщин и 5 реакций мужчин), ‘муж’ (11 ре-

акций женщин и 2 реакции мужчин), **‘любящий’** (10 реакций женщин и 2 реакции мужчин) свидетельствует о том, что стереотип о мужчине как о продолжателе рода и опоре в семье в мужском языковом сознании, можно сказать, не функционирует. Указанные ЛСП оказались на периферии СМ, сформированного в языковом сознании мужчин. Наличие данных ЛСП в ядерной и предъядерной зонах СМ, актуального для информантов-женщин, в данном случае свидетельствует о традиционных представлениях женщин о социальной роли мужчины-мужа и о том, что мужчина должен быть как любящим мужем, так и любящим отцом.

Неравное распределение реакций по ЛСП **‘отец’**, **‘опора’** и **‘муж’** говорит, на наш взгляд, о том, что в настоящее время изменениям подвергаются институциональные гендерные основы традиционной семьи. Одним из показателей таких изменений, как мы видим из результатов эксперимента, является изменения стереотипа роли отца в семье. Возможно, в современном обществе роль отца в семье сводится к роли добытчика, о чем говорит наличие в ядерных зонах СМ, сформированных в языковом сознании мужчин и женщин ЛСП, связанных в первую очередь с «зарабатыванием денег». Социальная роль отца и опоры в семье перестает быть проявлением мужественности, символом защиты и силы. Исторически сложилось, что отец в любой культуре является кормильцем и защитником, а также учителем и воспитателем. В современном обществе постепенно складывается представление о том, что заниматься воспитанием детей «не мужское» занятие, так как основной функцией мужчины считается материальное обеспечение семьи. Данное представление активно разделяется мужчинами: все, что касается семьи, не соотносится с ролью мужчины в современном обществе. Однако в женском языковом сознании в отличие от общественного и мужского сознаний сохраняется патриархальный образ мужчины как опоры в семье и хорошего отца.

Данный вывод о приверженности женщин к общественным нормам соотносится со сделанным в гендерной лингвистике выводом о большей нормативности женской речи и склонности женщин к более стандартному и престижному варианту языка. Согласно российским (см. подробнее [Гомон 1990; Ерофеева 2005]) и зарубежным исследованиям (см. подробнее [Coates, Cameron 1989; Holmes 1995; Labov 1971; 1998; Lakoff 1975; Spender 1980, 1998; Trudgill 1974]) различий мужской и женской речи, мужчины являются носителями менее стандартного варианта языка, женщины же, напротив, придерживаются более стандартного варианта. Результаты нашего лингвистического эксперимента свидетельствуют о том, что женщины тяготеют к норме не только в языковом плане, но и в когнитивном: их представления формируются под влиянием общественных норм.

Из распределения реакций мужчин и женщин по ЛСП **‘целеустремленность’** (0 реакций женщин и 20 реакций мужчин) и **‘лидерство’** (2 реакции

женщин и 11 реакций мужчин) очевидно, что стереотип целеустремленного мужчины, обладающего лидерскими качествами, формируется только в языковом сознании мужчин. Женщины не склонны считать мужчин лидерами и волевыми личностями, о чем свидетельствует то, что указанные ЛСП оказались на периферии группового СМ, сформированного в женском языковом сознании. Данное распределение реакций обусловлено (см. рис. 1) также, возможно, и тем, что в современном обществе наблюдается тенденция к равноправию мужчин и женщин, и поэтому женщины признают за собой возможность быть лидером.

Кроме того, мужчины считают себя честными и справедливыми, в отличие от женщин, которые мужчин таковыми, скорее всего, не считают: ЛСП **‘честность’** представлен 10 реакциями мужчин из 12 от общего количества реакций. Тот факт, что в СМ в женском языковом сознании данный ЛСП оказывается на периферии, свидетельствует о том, что социальный опыт взаимодействия женщин с мужчинами не позволяет женщинам сделать вывод о честности мужчин. Тем не менее женщины считают мужчин добрыми: на ЛСП **‘доброта’** женщины дали 13 реакций, а мужчины всего 2 реакции.

Таким образом, представления о целеустремленности, лидерстве и честности являются по своей сути автостереотипами мужчин. Такая психологическая характеристика, как целеустремленность, вообще не выделяется женщинами: информанты-женщины в нашем эксперименте не дали ни одной реакции на этот ЛСП. Данный стереотип формируется лишь в языковом сознании мужчин и попадает в ядерную зону СМ, сформированного в языковом сознании общества, лишь за счет реакций информантов-мужчин. Подобное представление женщин обусловлено, по всей видимости, сменой гендерных ролей в современном обществе: женское поведение маскулинизируется, а мужское феминизируется, и женщины в данной ситуации не склонны считать мужчин целеустремленными.

Итак, анализ функционирования СМ в общественном и групповом языковом сознании мужчин и женщин демонстрирует тенденцию к формированию положительных гендерных автостереотипов мужчин: мужчины оценивают себя положительно и приписывают себе такие положительные качества, как честность, лидерские качества, целеустремленность. Женщины же данные представления разделяют не в полной мере, о чем свидетельствует тот факт, что данные ЛСП оказываются на периферии группового СМ и не могут считаться типичными групповыми представлениями женщин. В языковом сознании женщин формируются традиционные представления о мужчинах как о защитниках и добытчиках. Женщины считают, что мужчины должны выполнять социальные роли отца и мужа. В мужском же языковом сознании эти социальные роли теряют свою актуальность, что свидетельствует о смене ценностей современного общества, более подверженными которым оказываются мужчины.

3.1.2.2. Стереотип маскулинности в языковом сознании возрастных групп 17–39 лет и 40–65 лет

Далее рассмотрим формирование СМ в зависимости от такого социального фактора, как возраст.

Всего в эксперименте по выявлению СМ от информантов в возрасте 17–39 лет было получено больше реакций (308), чем от информантов в возрасте 40–65 лет (286).

Анализ распределения частот реакций информантов в возрасте 17–39 лет по ЛСП (см. рис. 4 Приложения и табл. 5) позволяет выделить в структуре СМ, сформированного в языковом сознании первой возрастной группы, ядро, в которое входит ЛСП **‘сила’** (45 реакций). Реакции ядра встречаются более чем у половины информантов первой возрастной группы (62,5 %). Этот ЛСП в исследуемом групповом СМ представлен самым большим количеством реакций, по сравнению со всеми остальными рассматриваемыми социальными группами. Можно утверждать, что представление о силе мужчины складывается именно в возрастной группе 17–39 лет: более молодое поколение в полной мере разделяет стереотип сильного мужчины.

Ядерная зона СМ образована тремя ЛСП: ЛСП **‘ум’** (29 реакций), **‘успешность’** (20 реакций) и **‘сдержанность’** (16 реакций). На данные ЛСП были получены реакции от 22 % информантов в возрасте 17–39 лет. Включение данных признаков в ядерную зону группового СМ обусловлено, на наш взгляд, тем, что возраст 17–39 лет – это период активной социализации индивида, следовательно, закономерно формирование в языковом сознании представлений о социальной успешности мужчин: для данной возрастной группы ум, возможно, является средством достижения социального статуса в обществе и материального благополучия. По этой причине ЛСП **‘ум’** и **‘успешность’** оказываются взаимосвязанными в языковом сознании людей в возрасте 17–39 лет.

ЛСП **‘сдержанность’** ни в одном из рассматриваемых групповых СМ не расположен так близко к ядру. Такие психологические характеристики, как *сдержанность* и *стремление подавлять свои эмоции*, становятся особенно актуальными в языковом сознании возрастной группы 17–39 лет. Это объясняется, по нашему мнению, тем, что представителям данной социальной группы приходится сдерживать свои эмоции во многих ситуациях, чтобы добиться желаемых результатов в жизни. Социальная жизнь более молодого поколения особенно насыщена, следовательно, вызывает стрессовые состояния. По этой причине представление о мужчинах, стремящихся подавлять свои эмоции, становится актуальным и стереотипизируется в языковом сознании людей в возрасте 17–39 лет.

В предъядерную зону СМ, сформированного в языковом сознании информантов в возрасте 17–39 лет, вошли следующие ЛСП: ЛСП **‘работник’** (15 реакций), **‘доход’** (15 реакций), **‘уверенность’** (14 реакций), **‘смелость’** (13 реакций), **‘чувство юмора’** (13 реакций), **‘отец’** (12 реакций), **‘полигамность’** (12 реакций), **‘ответственность’** (11 реакций), **‘мужественность’** (11 реакций), **‘лидерство’** (11 реакций) и **‘опора’** (10 реакций), актуализированные реакциями 13 % информантов первой возрастной группы.

Анализ ЛСП, входящих в предъядерную зону, показывает прежде всего важность таких аспектов социальной жизни, как работа и доход: ЛСП **‘работник’** (15 реакций) и **‘доход’** (15 реакций) имеют равное количество реакций и оказываются семантически взаимосвязанными элементами СМ. Такое расположение ЛСП в предъядерной зоне группового СМ говорит о том, что процесс работы и результат профессиональной деятельности мужчины в равной степени важны для представителей возрастной группы 17–39 лет.

Актуальными характеристиками для данной возрастной группы оказываются такие свойства мужчин, как смелость и чувство юмора: ЛСП **‘смелость’** (13 реакций) и **‘чувство юмора’** (13 реакций) также важны для языкового сознания данной возрастной группы. Тем не менее можно заметить, что ЛСП **‘смелость’** в групповом СМ оказывается включенным в предъядерную, а не в ядерную зону, как в общем СМ (см. табл. 5). Это свидетельствует о том, что общественный стереотип смелого мужчины разделяется не всеми представителями возрастной группы 17–39 лет.

Представителями данной возрастной группы осознается также необходимость выполнения социальной роли отца: ЛСП **‘отец’** актуализирован 12 реакциями информантов в возрасте 17–39 лет. Однако расположение данного ЛСП в предъядерной зоне группового СМ свидетельствует о том, что социальная роль отца не является приоритетной для представителей первой возрастной группы. Скорее всего, роль отца считается социальной обязанностью, о чем свидетельствует тот факт, что в языковом сознании представителей данной социальной группы нечетко сформировано стремление быть опорой в семье: ЛСП **‘опора’**, актуализированный всего лишь 10 реакциями информантов, оказывается на границе с периферией группового СМ, в отличие от общего СМ, где этот ЛСП включен в ядерную зону (см. табл. 5).

ЛСП **‘ответственность’**, актуализированный 11 реакциями, в отличие от общего СМ, оказывается включенным в предъядерную, а не в ядерную зону. В данном случае этот ЛСП дополняет представления, сложившиеся в исследуемой социальной группе: все, что оказывается связанным с ответственностью мужчины, в том числе и в семье, не является важным для представителей возрастной группы 17–39 лет.

ГС семейного мужчины представителями более молодого поколения, как видим, разделяется не в полной мере. В языковом сознании возрастной группы 17–39 лет функционирует ГС полигамности мужчины: ЛСП **‘полигамность’** (12 реакций) в отличие от общего СМ включен не в периферийную, а в предъядерную зону, что обусловлено, возможно, особым вниманием представителей данной возрастной группы к личной жизни и к взаимоотношениям с противоположным полом. Возраст 17–39 лет – период активных действий человека с целью устройства личной жизни, поэтому данный стереотип актуален для исследуемой возрастной группы.

ЛСП **‘мужественность’** (11 реакций), как и ЛСП **‘ответственность’**, не попадает в ядерную зону группового СМ, а находится в предъядерной зоне. Это может свидетельствовать о том, что патриархальные представления о мужчинах меняются с течением времени, и представители более молодого поколения уже полностью не разделяют эти ГС.

Однако, как видно из таблицы 5, для представителей первой возрастной группы важными являются такие качества мужчины, как уверенность и лидерство: ЛСП **‘уверенность’** (14 реакций) и ЛСП **‘лидерство’** (11 реакций) попадают в предъядерную зону СМ, в отличие от общего СМ, в структуре которого данные ЛСП включены в периферийную зону. Актуальность представлений об уверенности и лидерстве мужчин для языкового сознания исследуемой возрастной группы может являться следствием влияния фактора возраст на функционирование группового СМ. Как мы уже упоминали, 17–39 лет – это возраст активной социализации индивидов, следовательно, для людей этого возраста приобретает особое значение социальный статус и самодостаточность личности. Уверенность или даже самоуверенность, лидерские задатки являются основными качествами, способствующими в этом возрасте достижению социальной успешности.

Анализ распределения частот реакций информантов в возрасте 40–65 лет по ЛСП (см. рис. 5 Приложения и табл. 5) позволяет заключить, что в структуре группового СМ, сформированного в языковом сознании людей более старшей возрастной группы, ядро не сформировано по причине того, что ни один из ЛСП, входящих в СМ, не актуализирован достаточным количеством реакций. Для того чтобы какой-либо из признаков стал ядерным, он должен был быть актуализирован не менее 40 % реакций информантов в возрасте 40–65 лет. В данном случае ЛСП **‘ум’**, актуализированный 30 % реакций (22 реакции) информантов, попадает только в ядерную зону. Тем не менее, данный ЛСП стоит первым в иерархии признаков маскулинности, приписываемых членами старшей возрастной группы, что может свидетельствовать о приоритете ментальных и умственных характеристик над физическими способностями для представителей возрастной группы 40–65 лет: ЛСП **‘сила’** (21 реакция) стоит на втором месте после ЛСП **‘ум’**.

Важным качеством мужчин в языковом сознании исследуемой возрастной группы является ответственность: ЛСП **‘ответственность’** (20 реакций) включен в ядерную зону, что связано, по всей видимости, с социальной сознательностью, достигаемой индивидами именно в зрелом возрасте. Скорее всего, ЛСП **‘работник’** (18 реакций) по этой же причине входит в ядерную зону СМ, сформированного в языковом сознании старшей возрастной группы: социальная ответственность заключается в обязанности мужчин работать.

В состав предъядерной зоны СМ вошли ЛСП **‘доход’** (15 реакций), **‘опора’** (15 реакций), **‘мужественность’** (14 реакций), **‘активность’** (13 реакций), **‘интеллигентность’** (13 реакций), **‘смелость’** (12 реакций), **‘успешность’** (11 реакций), **‘целеустремленность’** (11 реакций), **‘защита’** (10 реакций), **‘любящий’** (10 реакций). Реакции предъядерной зоны встретились не менее чем у 13 % информантов в возрасте 40–65 лет.

Анализ состава ЛСП предъядерной зоны группового СМ демонстрирует патриархальный взгляд представителей старшей возрастной группы на мужчину и атрибуты маскулинности. Мужчина в представлении людей в возрасте 40–65 лет является не только опорой в семье в аспекте материального достатка семьи (ЛСП **‘доход’** (15 реакций) и **‘опора’** (15 реакций) актуализированы равным количеством реакций и стоят на границе ядерной и предъядерной зон группового СМ), но также и опорой в семье в психологическом плане. ЛСП **‘защита’** и **‘любящий’** в отличие от общего СМ, где эти признаки включены в периферийную зону, оказываются актуальными и расположены в предъядерной зоне группового СМ.

Если посмотреть на иерархию признаков, приписываемых мужчинам, то оказывается, что традиционные характеристики мужчин, представленные ЛСП **‘мужественность’** (14 реакций) и **‘смелость’** (12 реакций), имеют практически равное количество реакций, но в отличие от общего СМ расположены не в ядерной зоне, свидетельствуя о том, что представители старшей возрастной группы не в полной мере разделяют общественные представления о мужественности и смелости мужчин.

Тем не менее представители возрастной группы 40–65 лет разделяют общественные представления об активности и социальной успешности мужчин в современном обществе: ЛСП **‘активность’** (13 реакций), **‘успешность’** (11 реакций) и **‘целеустремленность’** (11 реакций) формируют в языковом сознании старшего поколения ГС успешного целеустремленного мужчины.

Кроме того, в языковом сознании представителей возрастной группы 40–65 лет сформирован стереотип интеллигентного мужчины: ЛСП **‘интеллигентность’** (13 реакций) актуален для языкового сознания старшей возрастной группы, что свидетельствует в целом о важности проявления общей культуры и умения мужчин строить благоприятные отношения с людьми.

Сопоставление частот реакций информантов в возрасте 17–39 лет (1) и 40–65 лет (2) по ЛСП демонстрирует некоторые расхождения в представлениях о маскулинности в зависимости от фактора «возраст».

Представим распределение реакций, данных информантами двух исследуемых возрастных групп, в виде графика, на котором видны расхождения между значениями градаций фактора «возраст» (см. рис. 2 и табл. 5).

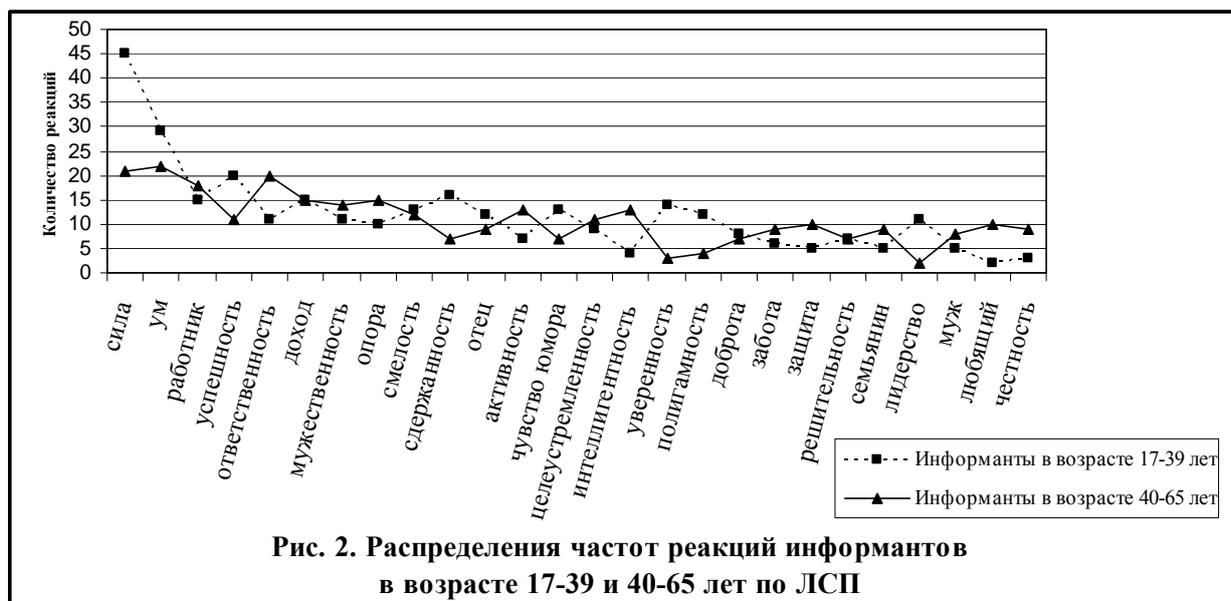


Рис. 2. Распределения частот реакций информантов в возрасте 17-39 и 40-65 лет по ЛСП

Сопоставим представленность признаков в СМ у информантов в возрасте 17–39 лет и 40–65 лет. Как видно из рисунка 2 и таблицы 5, разница в частотах по ЛСП ‘успешность’ (20 и 11 реакций соответственно), ‘сдержанность’ (16 и 7 реакций), ‘уверенность’ (14 и 3 реакций), ‘лидерство’ (11 и 2 реакции) составила 7 единиц и более. Из распределений реакций по указанным ЛСП можно сделать вывод о том, что в языковом сознании возрастной социальной группы 40–65 лет такие качества мужчин, как уверенность, сдержанность и лидерство, способствующие достижению социального успеха, постепенно теряют свою актуальность вследствие того, что к возрасту 40–65 лет социальный статус достигнут в полной мере, поэтому данные семы менее актуальны, чем в языковом сознании младшей возрастной группы, и попадают на периферию группового СМ.

Распределение реакций по ЛСП ‘ответственность’ (11 и 20 реакций) и ‘любящий’ (2 и 10 реакций) свидетельствует о том, что с возрастом приобретают высокую оценку качества мужчины, проявляемые в семейной жизни и во взаимоотношениях с людьми. Можно сказать, что данные ЛСП формируют в языковом сознании более старшего поколения представления о моральных качествах мужчин. Для представителей же возрастной группы 17–39 лет, как видим из распределения реакций, имеет большее значение успешность муж-

чин и считается допустимой свобода в поведении. Так, например, по ЛСП **‘полигамность’** наблюдаются неравные частоты реакций (12 и 4 реакции соответственно), свидетельствующие о том, что для представителей более старшей возрастной группы, возможно, проявления полигамности в поведении мужчин не актуальны.

Такое качество мужчин, как интеллигентность, с возрастом стереотипизируется в бóльшей степени, о чем говорит существенно разное число реакций по ЛСП **‘интеллигентность’** (4 и 13 реакций).

По ЛСП **‘работник’** (15 и 18 реакций), **‘доход’** (15 и 15 реакций), **‘мужественность’** (11 и 14 реакций), **‘опора’** (10 и 15 реакций), **‘смелость’** (13 и 12 реакций), **‘отец’** (12 и 9 реакций), **‘активность’** (7 и 13 реакций), **‘чувство юмора’** (13 и 7 реакций), **‘целеустремленность’**, (9 и 11 реакций) и **‘защита’** (5 и 10 реакций) разница в частотах составила менее 7 реакций. Это свидетельствует о том, что указанные качества мужчин выделяются представителями обеих возрастных групп. Но, как показал анализ зон групповых СМ, эти ЛСП по-разному выстраиваются в иерархии стереотипных признаков маскулинности в зависимости от частотности реакций, данных на тот или иной ЛСП.

Итак, как показывает анализ функционирования СМ в языковом сознании двух возрастных групп – 17–39 лет и 40–65 лет, с возрастом актуальность тех или иных качеств, приписываемых мужчинам, меняется. Существуют культурные различия в поколениях. Если в языковом сознании возрастной группы 17–39 лет складывается ГС уверенного, сильного, сдержанного мужчины, который благодаря своим лидерским качествам добивается социальной успешности, то в языковом сознании возрастной группы 40–65 лет отдается предпочтение умственным способностям мужчины и моральным качествам – умению быть интеллигентным, любящим и ответственным. Кроме того, стереотип мужчины-опоры в семье и представления о традиционных семейных ролях мужчины являются важными для языкового сознания возрастной группы 40-65 лет, чего нельзя сказать о возрастной группе 17–39 лет, в языковом сознании которой стереотип мужчины-семьянина теряет свою актуальность, зато присутствует такое качество, как полигамность.

3.1.2.3. Стереотип маскулинности в языковом сознании людей с высшим и средним образованием

Далее рассмотрим формирование СМ в зависимости от такого социального фактора, как образование, имеющего две градации – высшее и среднее.

Всего в эксперименте от информантов с высшим и средним образованием было получено практически равное количество реакций (300 и 294 реакции соответственно).

Благодаря анализу распределения частот реакций информантов с высшим образованием по ЛСП (см. рис. 6 Приложения и табл. 5) можно выделить в структуре СМ, сформированного в языковом сознании людей с высшим образованием, ядро, в состав которого входит ЛСП **‘сила’** (45 реакций). Реакции ядра встречаются у половины информантов данной социальной группы (51 %). Это свидетельствует о том, что информанты с высшим образованием разделяют общественный стереотип сильного мужчины.

Ядерная зона группового СМ представлена следующими ЛСП, вошедшими также и в структуру общего СМ: ЛСП **‘ум’** (26 реакций), **‘успешность’** (19 реакций), **‘доход’** (19 реакций), **‘ответственность’** (18 реакций). Необходимо отметить, что стереотип умного и успешного мужчины, сформированный в языковом сознании людей с высшим образованием, дополняется представлением о мужской целеустремленности: ЛСП **‘целеустремленность’** (17 реакций) в отличие от общего СМ оказывается включенным не в предъядерную, а в ядерную зону группового СМ. Нахождение данного ЛСП в ядерной зоне группового СМ свидетельствует о важности данного качества для языкового сознания людей с высшим образованием.

Предъядерная зона группового СМ, сформированного в языковом сознании людей с высшим образованием, актуализирована ЛСП **‘опора’** (15 реакций), **‘отец’** (15 реакций), **‘сдержанность’** (14 реакций), **‘мужественность’** (12 реакций), **‘активность’** (12 реакций), **‘работник’** (11 реакций), **‘решительность’** (11 реакций), **‘уверенность’** (10 реакций), **‘защита’** (10 реакций) и **‘честность’** (10 реакций).

Анализ ЛСП, входящих в предъядерную зону группового СМ, демонстрирует важность социальной роли отца для информантов с высшим образованием: ЛСП **‘отец’** (15 реакций), как и в общем СМ, расположен в предъядерной зоне.

Однако общественные представления о таких качествах мужчин, как сдержанность, мужественность, опора, представителями анализируемой социальной группы разделяются не в полной мере: ЛСП **‘опора’** (15 реакций), **‘сдержанность’** (14 реакций), **‘мужественность’** (12 реакций) расположены не в ядерной зоне (см. структуру общего СМ), а предъядерной.

Тем не менее другая традиционная характеристика мужчин, такая как активность, выделяется представителями данной социальной группы: ЛСП **‘активность’** (12 реакций), как и в общем СМ, расположен в предъядерной зоне группового СМ, что обусловлено, по всей видимости, влиянием фактора «образование» на формирование данного представления: люди с высшим образованием социально активны, задействованы во многих общественных процессах, поэтому проявление активности высоко ценится в языковом сознании данной социальной группы.

ЛСП **‘решительность’** (11 реакций), **‘уверенность’** (10 реакций), **‘защита’** (10 реакций) и **‘честность’** (10 реакций) в общем СМ включены в периферийную зону. В групповом же СМ, сформированном в языковом сознании людей с высшим образованием, эти ЛСП оказываются в предъядерной зоне, что свидетельствует о высокой степени актуальности этих мужских качеств для людей с высшим образованием. Данные ЛСП, возможно, связаны с ЛСП, находящимися в ядерной зоне (см. ЛСП **‘успешность’**, **‘доход’**, **‘ответственность’**, **‘целеустремленность’**): по мнению людей с высшим образованием, благодаря решительности, уверенности и честности мужчины достигают социальной успешности, способствующей в свою очередь быть опорой и защитой в семье.

Таким образом, ЛСП ядерной и предъядерной зон группового СМ семантически связаны и формируют ГС успешного мужчины, способного выступать опорой и защитой.

Анализ распределения частот реакций информантов со средним образованием по ЛСП (см. рис. 7 Приложения и табл. 5) позволяет выделить в структуре СМ, сформированного в языковом сознании исследуемой социальной группы, ядро, в которое входит ЛСП **‘сила’** (29 реакций), актуализированный 40 % информантов данной социальной группы. В принципе можно утверждать, что информанты со средним образованием разделяют общественные представления о силе мужчин.

В предъядерную зону группового СМ вошли три ЛСП: ЛСП **‘ум’** (25 реакций), **‘работник’** (22 реакции) и **‘смелость’** (18 реакций). Очевидно, для людей со средним образованием, кроме проявлений ума и трудолюбия, немаловажными оказываются и проявления смелости в мужском поведении, о чем свидетельствует тот факт, что ЛСП **‘смелость’** актуален для языкового сознания данной социальной группы. И в отличие от групповых СМ, сформированных в языковом сознании мужчин и женщин, первой и второй возрастных групп, данный ЛСП попадает в ядерную зону группового СМ, актуального для языкового сознания людей со средним образованием.

ЛСП **‘ответственность’** (13 реакций), **‘мужественность’** (13 реакций), **‘успешность’** (12 реакций), **‘доход’** (11 реакций) и **‘опора’** (10 реакций), включенные в ядерную зону общего СМ, в групповом СМ, сформированном в языковом сознании людей со средним образованием, оказываются в предъядерной зоне, что свидетельствует о меньшей важности данных представлений для людей со средним образованием.

Однако на передний план выдвигаются такие качества мужчин, как чувство юмора, интеллигентность и забота: ЛСП **‘интеллигентность’** (11 реакций) и **‘забота’** (10 реакций) оказываются в предъядерной зоне группового СМ в отличие от общего СМ, в структуре которого эти ЛСП находятся в пе-

риферийной зоне. Расположение данных ЛСП в предъядерной зоне группового СМ отражает, возможно, желание людей со средним образованием видеть в поведении мужчин проявления интеллигентности и заботы.

Сопоставление частот реакций информантов с высшим и средним образованием по ЛСП демонстрирует некоторые расхождения в представлениях о маскулинности в зависимости от фактора «образование». Это показывает график распределения реакций, данных информантами с высшим и средним образованием (см. рис. 3 и табл. 5).

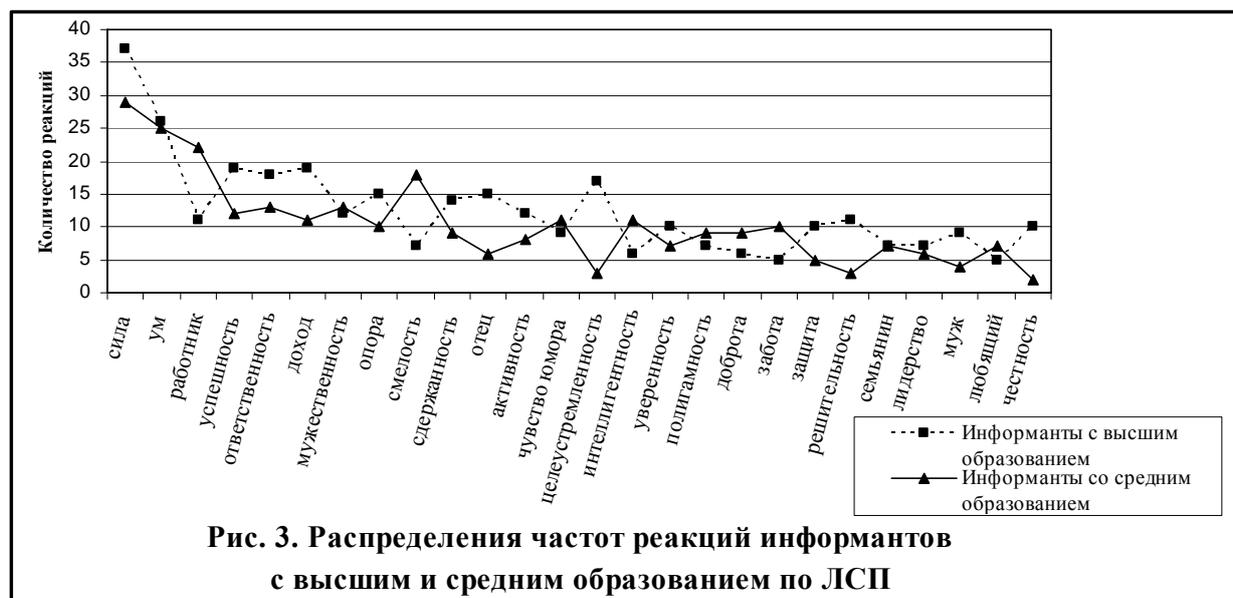


Рис. 3. Распределения частот реакций информантов с высшим и средним образованием по ЛСП

Как видно из рисунка 3, на ЛСП ‘сила’ было получено больше реакций от информантов с высшим образованием (37 реакций), чем от информантов со средним (29 реакций): этот признак является приоритетным мужским свойством в языковом сознании людей с высшим образованием.

Если посмотреть на распределение реакций по ЛСП ‘работник’, ‘успешность’, ‘доход’ и ‘целеустремленность’ в двух исследуемых группах, то оказывается, что у людей со средним образованием складывается представление о работающих и трудолюбивых мужчинах: ЛСП ‘работник’ значительно чаще называется информантами со средним образованием (22 реакции) и входит, как уже говорилось, в ядерную зону группового СМ, в отличие от СМ, сформированного в языковом сознании людей с высшим образованием, где данный ЛСП находится в предъядерной зоне (11 реакций).

Таким образом, для людей со средним образованием важно само умение мужчин работать и трудолюбие, а результат, к которому может привести процесс работы, стереотипизируется не так четко, как в языковом сознании людей с высшим образованием. Так, разница в частотах реакций по ЛСП ‘успешность’ (19 и 12 реакций), ‘доход’(19 и 11 реакций), ‘целеустремлен-

ность' (17 и 3 реакции), **'решительность'** (11 и 3 реакции) и **'честность'** (10 и 2 реакции) составила 7 единиц и более, следовательно, представление о социальной и материальной успешности мужчин менее актуально в языковом сознании людей со средним образованием. Подобный факт объясняется, на наш взгляд, тем, что люди со средним образованием в современном обществе с большим трудом достигают желаемого социального статуса и материального благополучия, поэтому в их языковом сознании формируется представление не об успешности мужчины, а о его трудолюбии как способе достижения успеха.

В языковом же сознании людей с высшим образованием представление об успешности мужчины, наоборот, достаточно четко сформировано, о чем свидетельствует то, что ЛСП **'успешность'** и **'доход'** актуализированы в большей степени в языковом сознании людей с высшим образованием: для людей этой социальной группы важно быть успешным, и полученные знания являются способом зарабатывания денег. Для информантов с высшим образованием в связи с важностью материального аспекта мужской деятельности становятся также важными и такие моральные качества, как **'ответственность'** (18 реакций) и **'целеустремленность'** (17 реакций). Эти ЛСП указывают на мужские качества, являющиеся средством достижения успешности, поэтому стоят в иерархии признаков сразу же после ЛСП, связанных с материальным аспектом жизни мужчины.

ЛСП **'целеустремленность'** в языковом сознании представителей социальной группы со средним образованием представлен 3 реакциями и, следовательно, не попадает в ядерную зону группового СМ, что говорит о неактуальности этого качества для данной группы.

В отличие от информантов с высшим образованием, информанты со средним образованием важным признают другое моральное качество – смелость: ЛСП **'смелость'** актуализировано большим количеством реакций людей со средним образованием (18 реакций). Информанты с высшим образованием не разделяют представления о смелости и храбрости мужчин, и ЛСП **'смелость'** (7 реакций) оказывается на периферии группового СМ, так как это качество для них не является важным и не может быть способом достижения социального статуса, который очень важен для данной социальной группы.

Кроме того, как видно из распределения реакций по ЛСП (см. рис. 3 и табл. 5), для людей с высшим образованием важна состоятельность в личной жизни: по ЛСП **'отец'** разница в частотах реакций составила также более 7 единиц (15 и 6 реакций), что свидетельствует, на наш взгляд, о том, что у информантов с высшим образованием формируется так называемая «социальная сознательность», в отличие от информантов со средним образованием, для которых ЛСП **'отец'** неактуален и находится на периферии группового СМ.

По актуальным для языкового сознания обеих исследуемых социальных групп ЛСП **‘ум’** (26 и 25 реакций), **‘ответственность’** (18 и 13 реакций), **‘мужественность’** (12 и 13 реакций) и **‘опора’** (15 и 10 реакций) разница в частотах составила менее 7 единиц, следовательно, представления об уме, ответственности, мужественности и способности мужчин быть опорой разделяются в равной степени как людьми с высшим образованием, так и со средним.

Итак, анализ формирования СМ в языковом сознании в зависимости от фактора «образование» демонстрирует, что в языковом сознании людей с высшим образованием формируется ГС состоявшего в карьере мужчины, для которого приоритетными качествами оказываются целеустремленность, ответственность, сдержанность, активность, порядочность, решительность. В языковом сознании людей со средним образованием складывается стереотип работающего и трудолюбивого мужчины, обладающего типичными мужскими свойствами, такими как смелость, мужество и чувство юмора.

3.1.2.4. Стереотип маскулинности в языковом сознании гуманитариев и негуманитариев

Рассмотрим формирование СМ в зависимости от такого социального фактора, как «специальность», имеющего две градации – гуманитарная и негуманитарная.

В ходе эксперимента по выявлению СМ в языковом сознании от информантов-гуманитариев было получено больше реакций (324), чем от информантов-негуманитариев (270).

Анализ распределения частот реакций информантов-гуманитариев по ЛСП (см. рис. 8 Приложения и табл. 5) позволяет выделить в структуре СМ, сформированного в языковом сознании гуманитариев, ядро, в которое входит ЛСП **‘сила’** (31 реакция). Реакции ядра встречаются более, чем у трети информантов данной социальной группы (43 %). Это свидетельствует о том, что информанты с высшим образованием разделяют общественный стереотип сильного мужчины.

Ядерная зона группового СМ представлена всего лишь двумя ЛСП, вошедшими также и в структуру общего СМ: ЛСП **‘ум’** (25 реакций) и **‘ответственность’** (17 реакций). В языковом сознании гуманитариев СМ представлен, как видим, не функциональными, а нравственными аспектами личности. Для гуманитариев важнее проявлять интеллектуальные способности и быть ответственным, чем состояться в материальном плане. По этой причине ядерная зона группового СМ «компактна» по количеству входящих в нее ЛСП.

Факт о том, что для гуманитариев менее актуальны представления о материальной успешности, подтверждается тем, что ЛСП **‘работник’** (15 реак-

ций), **‘успешность’** (14 реакций), **‘доход’** (12 реакций) оказываются включенными в предъядерную зону группового СМ в отличие от общего СМ, где эти ЛСП включены в ядерную зону.

Тем не менее гуманитарии не отрицают таких мужских качеств, как уверенность и решительность. ЛСП **‘уверенность’** (12 реакций) и **‘решительность’** (10 реакций), отмеченные в периферийной зоне общего СМ, вошли в предъядерную зону группового СМ, сформированного в языковом сознании гуманитариев.

Кроме того, гуманитарии разделяют представления общества о целеустремленности мужчин: ЛСП **‘целеустремленность’** (13 реакций) и **‘активность’** (10 реакций), как и в общем СМ, входят в предъядерную зону группового СМ.

Необходимо отметить, что в языковом сознании гуманитариев довольно четко сформированы представления об отцовстве и ролях мужчины в семье. Так, представление об ответственности связано с другим приоритетным мужским качеством: гуманитарии считают, что мужчина должен быть опорой в семье: ЛСП **‘опора’** (14 реакций), **‘отец’** (11 реакций), **‘защита’** (10 реакций), **‘семьянин’** (10 реакций) семантически взаимосвязаны и актуальны в языковом сознании гуманитариев. ЛСП **‘защита’** и **‘семьянин’** в общем СМ находятся в периферийной зоне. В групповом СМ, сформированном в языковом сознании гуманитариев, эти ЛСП актуализируются, как видим, в предъядерной зоне. Включенность данных ЛСП в предъядерную зону группового СМ свидетельствует о важности для гуманитариев такого аспекта жизни, как семья.

«Консервативность» и «традиционность» взглядов гуманитариев проявляется также и в том, что они, в отличие от представителей других социальных групп, отдают предпочтение положительным нравственным характеристикам мужчины

Гуманитарии считают, что мужчины обладают чувством юмора: ЛСП **‘чувство юмора’** (12 реакций), как и в общем СМ, включен в предъядерную зону.

ЛСП **‘сдержанность’** (10 реакций), однако, в отличие от общего СМ, находится в предъядерной зоне, поскольку гуманитарии, по всей видимости, допускают проявления эмоциональности в поведении мужчин и не считают мужчин сдержанными.

Анализ распределения частот реакций информантов-негуманитариев по ЛСП (см. рис. 9 Приложения и табл. 5) позволяет выделить в структуре СМ, сформированного в языковом сознании исследуемой социальной группы, ядро, в состав которого входит ЛСП **‘сила’** (35 реакций). Реакции ядра встречаются почти у половины информантов-негуманитариев (48 %), т.е. можно сказать, что представители исследуемой социальной группы разделяют общественные представления о силе мужчин.

В ядерную зону группового СМ вошли следующие ЛСП: ЛСП **‘ум’** (26 реакций), **‘работник’** (18 реакций), **‘доход’** (18 реакций), **‘успешность’** (17 реакций), **‘смелость’** (17 реакций), **‘мужественность’** (16 реакций). ЛСП предъядерной зоны группового СМ совпадают с составом ЛСП, входящих в предъядерную зону общего СМ, что говорит в данном случае о согласованности представлений негуманитариев с представлениями всего общества о традиционных атрибутах маскулинности.

Как и в языковом сознании общества, гендерная стереотипизация в языковом сознании негуманитариев идет в двух направлениях. С одной стороны, в языковом сознании негуманитариев стереотипизируется материальный аспект жизни мужчины: в ядерной зоне актуальны ЛСП **‘работник’** (18 реакций), **‘доход’** (18 реакций) и **‘успешность’** (17 реакций). Близкое расположение этих ЛСП друг к другу в иерархии признаков маскулинности, можно сказать, отражает представление о поэтапности достижения мужчинами социального статуса и социальной успешности: работа и трудолюбие выступают как средство зарабатывания денег и как показатель состоятельности в обществе. Семы, входящие в данные ЛСП, оказываются, таким образом, тесно взаимосвязанными, вследствие чего формируют устойчивый стереотипный образ успешного трудолюбивого мужчины.

С другой стороны, негуманитариями признаются важными такие качества мужчин, как смелость и мужественность (см. ЛСП **‘смелость’** (17 реакций), **‘мужественность’** (16 реакций)).

Предъядерная зона группового СМ, сформированного в языковом сознании негуманитариев, представлена следующими ЛСП: ЛСП **‘ответственность’** (14 реакций), **‘сдержанность’** (13 реакций), **‘полигамность’** (12 реакций), **‘опора’** (11 реакций), **‘отец’** (10 реакций) и **‘активность’** (10 реакций).

По составу ЛСП, входящих в предъядерную зону группового СМ, можно судить о том, что в языковом сознании негуманитариев складывается представления об отцовстве и ответственности за семью: ЛСП **‘ответственность’** (14 реакций), **‘опора’** (11 реакций) и **‘отец’** (10 реакций) формируют такой стереотип мужчины. Тем не менее такие свойства мужчины, проявляемые в семье, как **‘защита’** и **‘семьянин’** (см. структуру СМ, сформированного в языковом сознании гуманитариев), в отличие от гуманитариев в языковом сознании негуманитариев не стереотипизируются.

Интересен также факт, что наряду с отсутствием в СМ семейных качеств мужчин, в языковом сознании негуманитариев формируется стереотип мужской полигамности. Так, ЛСП **‘полигамность’** (12 реакций), находящийся на периферии общего СМ, в групповом СМ оказывается в предъядерной зоне, что говорит об актуальности данного представления для негуманитариев.

ЛСП ‘сдержанность’ (13 реакций) и ‘активность’ (10 реакций), находящиеся в предъядерной зоне группового СМ, дополняют ГС о социальной успешности мужчин в современном обществе: качества, представленные данными ЛСП, являются, по мнению негуманитариев, такими свойствами личности, которые позволяют мужчинам добиваться желаемых результатов.

Сопоставление частот реакций гуманитариев и негуманитариев по ЛСП демонстрирует незначительные расхождения в представлениях о маскулинности в зависимости от фактора «специальность».

Представим распределение реакций, данных информантами-гуманитариями и информантами-негуманитариями, в виде графика, на котором видны расхождения между значениями градаций фактора «специальность» (см. рис. 4 и табл. 5).

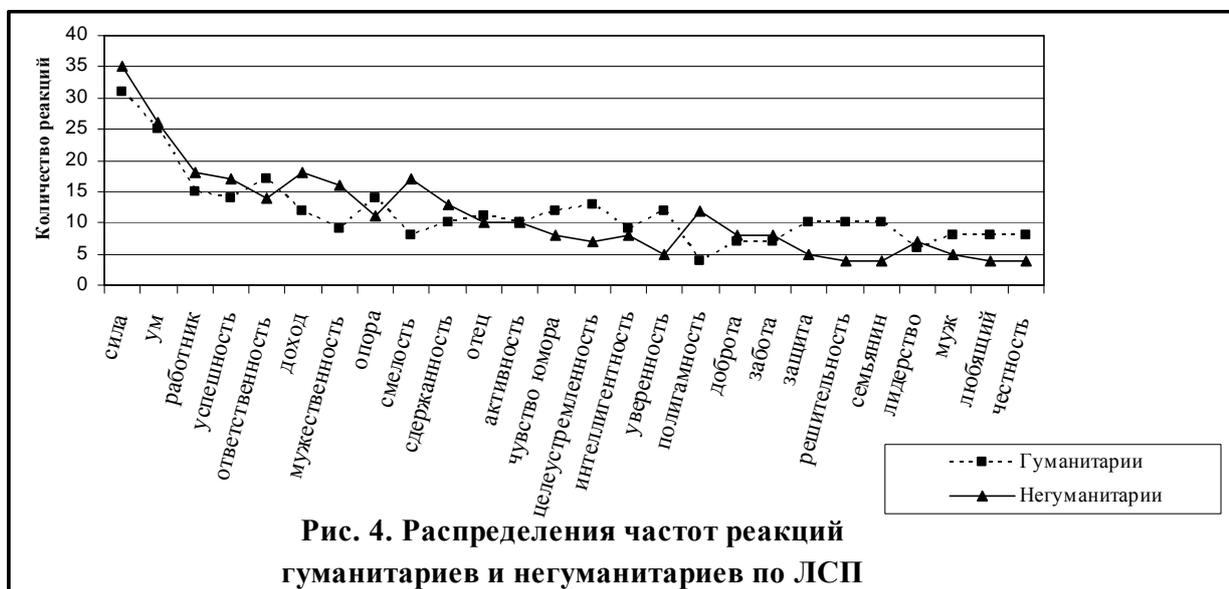


Рис. 4. Распределения частот реакций гуманитариев и негуманитариев по ЛСП

Как видно из рисунка 4, гуманитарии и негуманитарии разделяют общественный стереотип о силе мужчины: ЛСП ядра ‘сила’ стоит на первом месте в иерархии признаков маскулинности (31 и 35 реакций соответственно) в обеих групповых СМ.

По ЛСП ‘ум’ (25 и 26 реакций), ‘работник’ (15 и 18 реакций), ‘успешность’ (14 и 17 реакций), ‘ответственность’ (17 и 14 реакций), ‘доход’ (12 и 18 реакций), ‘мужественность’ (9 и 16 реакций), ‘опора’ (14 и 11 реакций), ‘сдержанность’ (10 и 13 реакций), ‘отец’ (11 и 10 реакций), ‘активность’ (10 и 10 реакций), ‘чувство юмора’ (12 и 8 реакций), ‘целеустремленность’ (13 и 7 реакций), ‘уверенность’ (12 и 5 реакций), ‘защита’ (10 и 5 реакций), ‘решительность’ (10 и 4 реакции) и ‘семьянин’ (10 и 4 реакции) разница в частотах реакций составила менее 7 единиц, следовательно,

указанные качества мужчин в равной степени выделяются представителями обеих социальных групп, различных по фактору «специальность» (см. рис. 4).

Тем не менее, как показал анализ зон групповых СМ, эти ЛСП по-разному выстраиваются в иерархии стереотипных признаков маскулинности в зависимости от частотности реакций, данных на тот или иной ЛСП.

Так, например, качества мужчин, представленные ЛСП **‘чувство юмора’** (12 и 8 реакций), **‘целеустремленность’** (13 и 7 реакций), **‘уверенность’** (12 и 5 реакций), **‘защита’** (10 и 5 реакций), **‘решительность’** (10 и 4 реакции) и **‘семьянин’** (10 и 4 реакции) оказались на периферии группового СМ, сформированного в языковом сознании негуманитариев. Нахождение данных ЛСП на периферии свидетельствует о низкой актуальности традиционно приписываемых мужских качеств для негуманитариев: скорее всего, представители данной социальной группы не склонны считать мужчин решительными и целеустремленными.

Значительные расхождения в представлениях о маскулинности в зависимости от фактора «специальность» наблюдаются по ЛСП **‘смелость’** (8 и 17 реакций) и **‘полигамность’** (4 и 12 реакций). Разница в частотах реакций по данным ЛСП составила, как видим, более 7 единиц.

Подобное распределение реакций свидетельствует о том, что стереотипное представление о мужестве и смелости мужчин разделяется в большей степени людьми негуманитарных специальностей: ЛСП **‘смелость’** (17 реакций из 25) актуализировано бóльшим количеством реакций негуманитариев.

Нахождение ЛСП **‘смелость’** (8 реакций) на периферии группового СМ, сформированного в языковом сознании гуманитариев, является свидетельством переосмысления гуманитариями существования в действительности данных качеств у мужчин. Гуманитарии, как известно, в большей степени обладают знаниями о психологии, следовательно, опыт данной социальной группы позволяет гуманитариям сделать вывод о том, что этот стереотипно приписываемый мужчинам признак теряет свою актуальность: мужчины в современном обществе не соответствуют традиционному представлению о мужестве и смелости.

Однако в языковом сознании группы негуманитариев, как уже говорилось, также происходит смена представлений о маскулинности. Такие характеристики мужчин, как **‘целеустремленность’**, **‘уверенность’** и **‘решительность’** в ядерную и предъядерные зоны группового СМ, сформированного в языковом сознании негуманитариев, не попадают.

Для негуманитариев оказывается стереотипной другая характеристика мужчин – полигамность. ЛСП **‘полигамность’** актуализирован бóльшим количеством реакций информантов негуманитарных специальностей (12 реакциями

из 16), что свидетельствует о том, что стереотип неверности мужчин характерен в бóльшей степени представителям социальной группы негуманитариев.

Как показывает анализ групповых СМ в языковом сознании в зависимости от фактора «специальность», для гуманитариев сохраняет свою актуальность ГС о выполнении мужчинами социальных ролей в семье (отец) в отличие от негуманитариев, в структуре СМ которых данный ЛСП теряет свою актуальность. Гуманитарии остаются довольно «консервативными» в отношении взглядов на семью, супружество и отцовство. Несмотря на социальные изменения и пересмотр социальной роли отца (неактуальность этой роли в современном обществе) в языковом сознании гуманитариев, данный стереотип остается актуальным.

Гуманитарии придерживаются более консервативных взглядов на атрибуты маскулинности: в языковом сознании этой социальной группы актуализируются ЛСП со значением решительности, уверенности, целеустремленности и защиты. В языковом сознании негуманитариев формируется ГС состоявшегося успешного мужчины, который обладает ко всему прочему типичными мужскими качествами, такими, как мужество, смелость и полигамность.

3.1.3. Согласованность социальных групп в определении стереотипа маскулинности

Для того чтобы оценить близость ответов групп испытуемых, которые представляют разные градации одного фактора («гендер», «возраст», «образование», «специальность»), были подсчитаны коэффициенты корреляции между распределениями частот ответов соответствующих групп. Использовался коэффициент нормальной корреляции Пирсона.

Напомним, что значения коэффициента корреляции можно трактовать как меру согласия между ответами информантов: чем выше коэффициент корреляции, тем больше похожи ответы сравниваемых групп.

Представим результаты подсчетов коэффициента корреляции (r) распределения частот ответов групп информантов по градациям факторов (см. табл. 6).

Как видно из таблицы 6, менее всего согласованы между собой ответы мужчин и женщин ($r = 0,41$). Такой коэффициент корреляции свидетельствует о том, что корреляция является слабой, т.е. ответы мужчин и женщин отличаются в значительной степени.

Наибольший коэффициент корреляции показывают социальные группы гуманитариев и негуманитариев: коэффициент корреляции равен 0,78, что свидетельствует о высокой степени связи ответов респондентов.

**Коэффициент корреляции (r) распределений частот
ответов групп информантов по градациям факторов**

Фактор	R
Гендер (мужчины/женщины)	0,41
Возраст (17–39 лет/40–65 лет)	0,51
Образование (высшее/среднее)	0,61
Специальность (гуманитарии/негуманитарии)	0,78

Корреляция между группами информантов по факторам «возраст» и «образование» является средней ($r = 0,51$ и $r = 0,61$ соответственно), однако ответы людей с высшим и со средним образованием все-таки более похожи, чем ответы информантов молодого и старшего возраста.

Оказывается, что больше всего на специфику СМ влияет сам фактор «гендер»: в языковом сознании мужчин и женщин складываются наиболее противоположные представления о маскулинности. Фактор «специальность» практически не оказывает влияние на формирование СМ, а факторы «возраст» и «образование» влияют незначительно.

Как видим, анализ корреляций подтверждает результаты частотного анализа распределения реакций.

3.2. Стереотип фемининности в языковом сознании носителей русского языка

В ходе Эксперимента – I с носителями русского языка по выявлению СФ было получено 1162 реакции. Из них 627 реакций актуализировали 24 ЛСП фемининности, вошедших в состав стереотипа. Остальные 535 реакций составили периферию и не вошли в анализ структуры СФ (см. табл. 3 Приложения). Информанты первой возрастной группы, женщины и информанты с высшим образованием представили больше реакций по сравнению с представителями других социальных групп (см. табл. 7).

3.2.1. Стереотип фемининности в общественном языковом сознании

ЛСП, входящие в СФ, представлены как иерархия признаков, характеризующих женщин. Данная иерархия строится с учетом степени актуальности ЛСП в сознании носителей языка. Анализ распределения реакций всех информантов (см. рис. 10 Приложения) показывает, что в структуре СФ можно выделить несколько зон:

- 1) ядро стереотипа (50–75 реакций);
- 2) ядерная зона стереотипа (23–39 реакций);
- 3) предъядерная зона стереотипа (19–20 реакций);
- 4) периферийная зона стереотипа (11–14 реакций).

Рассмотрим сначала СФ в общественном сознании. Для этого построим таблицу, демонстрирующую частоту ЛСП фемининности в общественном и групповом языковом сознании в абсолютных частотах (см. табл. 7).

Таблица 7

**Частота ЛСП фемининности в общественном
и групповом языковом сознании (абс.)**

Лексико-семантический признак	Всего	Гендер		Возраст		Образование		Специальность	
		М	Ж	1	2	В	С	Г	НГ
красота	<u>75</u>	<u>45</u>	<u>30</u>	<u>39</u>	<u>36</u>	<u>28</u>	<u>47</u>	<u>35</u>	<u>40</u>
нежность	<u>62</u>	<u>30</u>	<u>32</u>	<u>33</u>	<u>29</u>	<u>34</u>	<u>28</u>	<u>32</u>	<u>30</u>
хозяйственность	<u>50</u>	<u>19</u>	<u>31</u>	<u>24</u>	<u>26</u>	<u>29</u>	<u>21</u>	<u>23</u>	<u>27</u>
обаяние	<u>39</u>	<u>17</u>	<u>22</u>	<u>26</u>	<u>13</u>	<u>22</u>	<u>17</u>	<u>17</u>	<u>22</u>
забота	<u>34</u>	<u>15</u>	<u>19</u>	<u>17</u>	<u>17</u>	<u>18</u>	<u>16</u>	<u>18</u>	<u>16</u>
мать	<u>33</u>	<u>12</u>	<u>21</u>	<u>16</u>	<u>17</u>	<u>20</u>	<u>13</u>	<u>20</u>	<u>13</u>
ум	<u>32</u>	<u>10</u>	<u>22</u>	<u>20</u>	<u>12</u>	<u>12</u>	<u>20</u>	<u>11</u>	<u>21</u>
доброта	<u>31</u>	<u>13</u>	<u>18</u>	<u>17</u>	<u>14</u>	<u>16</u>	<u>15</u>	<u>10</u>	<u>21</u>
сексуальность	<u>25</u>	<u>14</u>	<u>11</u>	<u>13</u>	<u>12</u>	<u>12</u>	<u>13</u>	(9)	<u>16</u>
любящая	<u>25</u>	<u>15</u>	<u>10</u>	<u>14</u>	<u>11</u>	<u>13</u>	<u>12</u>	<u>14</u>	<u>11</u>
эмоциональность	<u>24</u>	<u>14</u>	<u>10</u>	<u>13</u>	<u>11</u>	<u>12</u>	<u>12</u>	<u>19</u>	(5)
жена	<u>23</u>	<u>10</u>	<u>13</u>	(8)	<u>15</u>	<u>12</u>	<u>11</u>	<u>15</u>	(8)
хитрость	<u>20</u>	(8)	<u>12</u>	<u>14</u>	(6)	<u>11</u>	(9)	(8)	<u>12</u>
женственность	<u>19</u>	<u>13</u>	(6)	(5)	<u>14</u>	(8)	<u>11</u>	<u>12</u>	(7)
отзывчивость	<u>19</u>	(9)	<u>10</u>	<u>13</u>	(6)	<u>12</u>	(7)	(9)	<u>10</u>
терпение	<u>19</u>	(7)	<u>12</u>	(7)	<u>12</u>	<u>12</u>	(7)	(5)	<u>14</u>
слабость	(14)	(6)	(8)	(7)	(7)	(8)	(6)	(5)	(9)
работоспособность	(14)	(6)	(8)	(8)	(6)	(7)	(7)	(7)	(7)
аккуратность	(13)	(6)	(7)	(9)	(4)	(5)	(8)	(6)	(7)
неконфликтность	(12)	(7)	(5)	(2)	<u>10</u>	<u>11</u>	(1)	(9)	(3)
ветреность	(11)	<u>10</u>	(1)	(9)	(2)	(4)	(7)	(3)	(8)
семейная	(11)	<u>10</u>	(1)	(3)	(8)	<u>10</u>	(1)	(8)	(3)
верность	(11)	(1)	<u>10</u>	(3)	(8)	(8)	(3)	(3)	(8)
целеустремленность	(11)	(1)	<u>10</u>	<u>10</u>	(1)	(9)	(2)	(3)	(8)
Всего	627	298	329	330	297	333	294	301	326

В таблицу 7 включены только те ЛСП, которые вошли в ядро, ядерную и предядерную зону стереотипов какой-либо из исследуемых в эксперименте социальных групп. Остальные ЛСП и их частоты представлены в таблице 3 Приложения. Данная таблица демонстрирует модель СФ как в общественном языковом сознании, так и в сознании разных социальных групп.

Как видно из таблицы 7, в ядро общего СФ попадают три семантических признака: ЛСП **‘красота’** (75 реакций), **‘нежность’** (62 реакции) и **‘хозяйственность’** (50 реакций). Эти признаки встречаются практически у трети информантов (35 %).

Данная зона СФ представлена положительными характеристиками женщин. Женщины в языковом сознании общества ассоциируются прежде всего с красотой: ЛСП **‘красота’** (75 реакций) стоит на первом месте по числу полученных реакций и представлен следующими семами: *красивая, красота, красавица, красивая фигура, красивые глаза, прекрасная*; семы, демонстрирующие конкретные проявления красоты женщины: *красивая фигура* и *красивые глаза*. Видимо, в языковом сознании общества придается особое значение женской красоте не только в целом, но и конкретным проявлениям этого качества. В этом случае результаты эксперимента отчасти совпадают с результатами других исследований признаков фемининности в русском языковом сознании. Так, по данным авторов Русского ассоциативного словаря, наиболее частотной реакцией на слово-стимул «женщина» являются такие слова, как *мужчина, красивая* и *мать* [Русский ассоциативный словарь 1996: 59]. Подобные результаты приводят также А.В. Кирилина [Кирилина 1999: 150–151], Е.Ф. Тарасов [Ментальность россиян 1997: 262] и Е.И. Горошко [Горошко 1997: 21–25]. Таким образом, в русском языковом сознании придается большое значение внешним характеристикам женщины.

Женщина в языковом сознании общества ассоциируется с нежностью и лаской: ЛСП **‘нежность’**, имеющий в своем составе семы *ласка, ласковая, мягкость, мягкая, нежность, нежная, обогревающая душу мужчины, теплота* (62 реакции), занимает второе место в ядре СФ. Таким образом, в общественном языковом сознании формируется ГС заботливой и ласковой женщины.

В языковом сознании общества представление о проявлении внешней красоты и нежности женщины сочетается со стереотипом хранительницы домашнего очага и хорошей хозяйки: ЛСП **‘хозяйственность’** (слова и словосочетания *дом, домашняя, домохозяйственная, домохозяйка, очаг, со вкусом ведущая свой дом, хозяйственность, хозяйственная, хозяйка, хозяйюшка, хранительница домашнего очага*) оказывается актуальным в языковом сознании общества и попадает в ядро СФ (50 реакций).

В ядерную зону СФ можно включить те реакции, которые дали более 15 % информантов. К ним относятся ЛСП **‘обаяние’** (39 реакций), **‘забота’**

(34 реакции), **‘мать’** (33 реакции), **‘ум’** (32 реакции), **‘доброта’** (31 реакция), **‘сексуальность’** (25 реакций), **‘любящая’** (25 реакций), **‘эмоциональность’** (24 реакции) и **‘жена’** (23 реакции).

Если проанализировать характер и иерархию признаков, то оказывается, что ядерную зону СФ образуют ЛСП, связанные в первую очередь с выполнением женщинами социальных ролей жены и матери и с типичными качествами, проявляемыми в семейной жизни и во взаимоотношениях с мужчинами.

В отличие от общего СМ, в ядерную зону которого не попали ЛСП **‘муж’** и **‘отец’**, в ядерную зону общего СФ оказываются включенными как ЛСП **‘мать’** (слова *мама, мать, материнство, материнский инстинкт* – 33 реакции), так и ЛСП **‘жена’** (23 реакции), что свидетельствует о взаимосвязи данных женских социальных ролей и о их важности для лингвокультурного сообщества.

Результаты сопоставления актуальности ЛСП **‘муж’**, **‘жена’**, **‘отец’** и **‘мать’** показывают, что в языковом сознании современного российского общества только понятие «женщина» в отличие от понятия «мужчина» в значительной степени определяется выполнением семейных обязанностей. Однако можно заметить, что ЛСП **‘жена’** находится на границе с предъядерной зоной СФ. Это может свидетельствовать о постепенном снижении актуальности представления, что женщина должна реализоваться в социальной жизни как жена. Возможно, на данный процесс влияет эмансипация: сегодня женщины не стремятся вступать в брак и зависеть материально от мужчин.

Социальные роли жены и матери ассоциируются в языковом сознании общества с проявлениями заботы и любви к близким: ЛСП **‘забота’**, представленный лексемами *забота, заботливость, заботливая, забота о семейном очаге, забота о семье, заботиться, курица-наседка* (34 реакции), **‘доброта’** (слова *доброта, добрая* – 31 реакция) и **‘любящая’**, актуализированный словами и словосочетаниями *любовь, любвеобильная, любящая, любящая детей, любящая жена, любящая мать, умение любить* (25 реакций), формируют ГС доброй, заботливой и любящей жены и матери.

Все эти представления обобщаются в ЛСП **‘эмоциональность’**, выраженном лексемами *эмоциональность, эмоциональная, эмоции* и актуализированным довольно большим количеством реакций (24 реакции). Очевидно, в языковом сознании общества сформирован ГС, предполагающий более сильное проявление эмоциональности у женщин, чем у мужчин.

Женская сексуальность также оказывается немаловажным аспектом в стереотипизации признаков фемининности. Так, по данным нашего эксперимента, в языковом сознании общества большое значение придается сексуальности женщины: ЛСП **‘сексуальность’**, представленный лексемами *секс, сексуальность, сексуальная, сексапильная, чувственность, чувственная* (25 реак-

ций), попадает в ядерную зону СФ. Приведенные нами данные отличаются от результатов ассоциативного эксперимента А.В. Кирилиной, которая, проанализировав реакции на слово «русская женщина», обращает внимание на «почти полное отсутствие среди реакций испытуемых лексем, относящихся к сфере физической сексуальности», делая на основании этого вывод о слабой выраженности сексуальных аспектов отношений полов в образах мужчины и женщины в русской ментальности [Кирилина 1999: 150–158].

По результатам проведенного нами эксперимента слова *секс, сексуальность, сексуальная, сексапильная, чувственность, чувственная* назывались, как видим, в качестве реакций на понятие «женщина». Эти данные, как представляется нам, свидетельствуют о некоторых инновациях в гендерных установках современного российского общества. Ассоциативный эксперимент А.В. Кирилиной проводился в 1990-е годы, возможно, за 30 лет произошли значительные изменения в представлениях о женщинах: проявление сексуальности у женщин теперь одобряется социумом, подтверждение этому – достаточно высокая частотность реакций на данный ЛСП.

Кроме того, интеллектуальные способности женщины также оцениваются довольно высоко всеми членами лингвокультурного сообщества: ЛСП ‘ум’ (*ум, умная, умница*) хоть и актуализирован меньшим количеством реакций (32 реакции), чем тот же ЛСП, находящийся в ядре СМ (51 реакция), тем не менее он попадает в ядерную зону общего СФ, что свидетельствует о признании данной характеристики женщин представителями всего социума.

В целом анализ ядерной зоны общего СФ демонстрирует положительные и разносторонние представления о традиционных атрибутах фемининности, о чем свидетельствует нахождение в данной зоне ЛСП ‘обаяние’, представленного семами *милая, обаяние, обаятельная, обворожительная, привлекательность, привлекательная, притягательная, симпатичная, шарм* (39 реакций).

Реакции, которые дали менее 15 % информантов, составили предъядерную зону СФ. Как видно из таблицы 7, в предъядерную зону СФ вошли следующие ЛСП: ‘хитрость’ (20 реакций), ‘женственность’ (19 реакций), ‘отзывчивость’ (19 реакций) и ‘терпение’ (19 реакций).

Предъядерная зона общего СФ имеет наиболее сложные семантические признаки – ЛСП ‘хитрость’ (*хитрость, хитрая, лиса, лукавство* – 20 реакций) и ‘женственность’ (*женственность, женственная* – 19 реакций). Данные ЛСП можно трактовать как отрицательно, так и положительно: ‘хитрость’ – как проявление ума женщин, ‘женственность’ – как обобщенное представление и о внешней, и о внутренней привлекательности женщин.

А.В. Кирилина проанализировала реакции на слово «русская женщина», пришла к выводу, что «в образе русской женщины сочетаются сила и внешняя

привлекательность, не исключают друг друга» [Кирилина 1999: 158]. В нашем эксперименте языковые единицы с семантикой «силы» не попали ни в ядро, ни в ядерную, ни в предъядерную зоны общего СФ. Наоборот, в языковом сознании общества формируется стереотип слабости женщины: ЛСП **‘слабость’** (слова *слабость, слабая, физическая слабость* – 14 реакций) оказывается на границе предъядерной и периферийной зон общего СФ. Эта разница, на наш взгляд, обусловлена прежде всего разными задачами, которые ставились перед информантами: мы просили назвать черты, характеризующие женщин вообще, а А.В. Кирилина проводила эксперимент с сочетанием «русская женщина», которое актуализирует в языковом сознании культурные коннотации, в том числе литературные и фольклорные образы.

По результатам нашего эксперимента в языковом сознании носителей русского языка наряду с единицами со значением «слабость» актуализируются единицы с семантикой «прочности»: ЛСП **‘терпение’**, представленный словами *терпение, терпеливая, терпимость* (19 реакций), демонстрирует представление о женщинах как об умеющих терпеть и прощать.

Стереотип терпеливой женщины дополняется также представлениями о том, что женщина может быть отзывчивой и чуткой: ЛСП **‘отзывчивость’**, актуализированный словами *внимательна к окружающим, отзывчивость, понимающая, чувствительность, чуткость, чуткая* (19 реакций), также попадает в предъядерную зону СФ, сформированного в языковом сознании общества.

ЛСП периферийной зоны общего СФ, актуализированные менее 12 % реакций информантов, демонстрируют тенденции к формированию ГС трудящейся и целеустремленной женщины: ЛСП **‘работоспособность’**, представленный различными лексемами *много работающая, работать, работоспособность, трудоголик, трудиться, трудолюбивая* (14 реакций) и **‘целеустремленность’**, актуализированный словами *целеустремленная, устремленность* (11 реакций), оказываются расположенными ближе к периферии нежели к ядру СФ. На наш взгляд, это свидетельство постепенной стереотипизации работающей женщины, обусловленной объективным фактом, что женщины в современном мире работают наравне с мужчинами, обеспечивают себя и близких и стремятся достичь социального успеха. В обществе высоко оценивается работающая женщина. Работа для женщины оказывается важным аспектом жизни. Общество начинает разделять мнение о том, что для женщин важно реализоваться в профессиональной сфере. Данный стереотип окончательно, по всей видимости, не закрепился в языковом сознании общества, поэтому ЛСП со значением **‘работоспособность’** и **‘целеустремленность’** не включены в ядро общего СФ.

Представления о верности женщин также нечетко закреплены в общественном языковом сознании, так как ЛСП **‘верность’** (*верная, верность* –

11 реакций) и **‘семейная’** (*семья, семейная* – 11 реакций) находится в периферийной зоне общего СФ, а не в ядерной. Данный факт говорит о том, что, по мнению носителей русского языка, не все женщины стремятся строить отношения в рамках семьи. Подобный, имеющий тенденцию к формированию ГС дополняется представлениями о несерьезности женщин в отношениях с противоположным полом, о чем свидетельствует наличие в исследуемой зоне ЛСП **‘ветреность’**, актуализированного семами *беззаботная, ветреность, ветреная, легкомысленная, несерьезность* (11 реакций).

Положительные характеристики женщин, представленные ЛСП **‘аккуратность’** (слова *аккуратность, аккуратная* – 13 реакций) и **‘неконфликтность’** (слова *гибкость характера, неконфликтная, нескандальная, тактичная, тактика* – 12 реакций), оказываются включенными в периферийную зону СФ, свидетельствуя о том, что представления об аккуратности и тактичности женщин разделяются не всеми представителями единого лингвокультурного сообщества.

Таким образом, анализ ядра, ядерной, предъядерной и периферийной зон общего СФ показывает стереотипизацию внешних и психологических характеристик женщин: большое значение в языковом сознании носителей языка придается внешности и проявлениям заботливого и нежного отношения к окружающим, но кроме того за женщинами признается умение результативно работать и быть целеустремленной. В языковом сознании общества также наблюдается постепенное снижение актуальности стереотипа жены, обусловленное влиянием эмансипации, приводящей к тому, что современные женщины не стремятся вступать в брак и зависеть материально от мужчин.

3.2.2. Стереотип фемининности в групповом языковом сознании

3.2.2.1. Стереотип фемининности в языковом сознании мужчин и женщин

Всего в ходе эксперимента по выявлению СФ в языковом сознании от информантов-женщин было получено 329 реакций, а от информантов-мужчин – 298.

Как демонстрируют анализ распределения частот реакций информантов-мужчин по ЛСП (см. рис. 11 Приложения) и приведенная выше таблица 7, в ядро СФ, сформированного в мужском языковом сознании, входят два ЛСП, входящие также и в структуру общего СФ: **‘красота’** (45 реакций) и **‘нежность’** (30 реакций). Реакции ядра встречаются практически у половины информантов-мужчин (41 %). Таким образом, можно говорить о том, что информанты-мужчины единодушнее в своих представлениях, чем все информанты в совокупности (34 %).

Ядерная зона СФ, сформированного в языковом сознании мужчин, представлена двумя ЛСП: **‘хозяйственность’** (19 реакций) и **‘обаяние’** (17 реакций). На данные ЛСП были получены реакции более чем от 23 % информантов-мужчин.

Как видим, стереотипное видение женщины включает у мужчин, как и в обществе в целом, представления о ее внешней привлекательности, нежности и обаянии. Приоритетным атрибутом фемининности для мужчин оказывается внешняя красота женщины, а ее умение хранить домашний очаг и вести хозяйство менее важно для мужчин, чего нельзя сказать о всех информантах в совокупности, для которых ЛСП **‘хозяйственность’** более актуален и, напомним, включен в ядро общего СФ.

В состав предъядерной зоны группового СФ вошли ЛСП **‘забота’** (15 реакций), **‘любящая’** (15 реакций), **‘сексуальность’** (14 реакций), **‘эмоциональность’** (14 реакций), **‘доброта’** (13 реакций), **‘женственность’** (13 реакций), **‘мать’** (12 реакций), **‘ум’** (10 реакций), **‘жена’** (10 реакций), **‘ветреность’** (10 реакций) и **‘семейная’** (10 реакций). На данные ЛСП были получены реакции от 13 % информантов-мужчин.

Анализ ЛСП, входящих в предъядерную зону группового СФ, свидетельствует о формировании стереотипа любящей жены и матери, которая заботится о своих близких: ЛСП **‘забота’** (15 реакций), **‘любящая’** (15 реакций), **‘мать’** (12 реакций), **‘жена’** (10 реакций) и **‘семейная’** (10 реакций) оказываются семантически связанными. Последний из списка ЛСП **‘семейная’** оказался включенным в предъядерную зону группового СФ в отличие от общего СФ, где этот признак актуализируется в периферийной зоне.

Тем не менее социальные роли жены и матери для мужского языкового сознания менее актуальны, чем представления о женской сексуальности и женственности: ЛСП **‘сексуальность’** (14 реакций) и ЛСП **‘женственность’** (13 реакций) оказываются в иерархии признаков фемининности выше ЛСП **‘жена’** и **‘мать’**, располагаясь, таким образом, ближе к ядерной зоне группового СФ.

Кроме того, представления мужчин о том, что женщина стремится создавать семью, сочетаются с представлениями о легкомысленном женском поведении: ЛСП **‘ветреность’** (10 реакций) актуализирован в предъядерной зоне группового СФ в отличие от общего СФ, где исследуемый ЛСП включен в периферийную зону (11 реакций).

Традиционные представления о наличии ума у женщин, о проявлениях доброты и эмоциональности разделяются информантами-мужчинами: ЛСП **‘эмоциональность’** (14 реакций), **‘доброта’** (13 реакций) и **‘ум’** (10 реакций) актуальны для языкового сознания мужчин и формируют положительный образ женщин.

Из анализа распределения частот реакций информантов-женщин по ЛСП (см. рис. 12 Приложения) и из приведенной таблицы 7 видно, что в ядро автостереотипа женщин входят три ЛСП **‘нежность’** (32 реакции), **‘хозяйственность’** (31 реакция) и **‘красота’** (30 реакций). Данные ЛСП актуализированы 41 % реакций информантов-женщин, следовательно, женщины более единодушны в определении собственных атрибутов фемининности, чем все информанты в совокупности (34 %).

Однако можно заметить, что в отличие от общего СФ, в котором на первом месте оказывается ЛСП **‘красота’** и от СФ у мужчин, в автостереотипе женщин на первом месте оказывается ЛСП **‘нежность’** (32 реакции). По всей видимости, для женщин более важными аспектами стереотипизации оказываются межличностные отношения и умение проявлять нежность по отношению к близким. На втором месте расположен ЛСП **‘хозяйственность’** (31 реакция), что говорит об осознании женщинами необходимости быть хранительницей домашнего очага. И только на третьем месте находится ЛСП **‘красота’** (30 реакций).

Ядерная зона автостереотипа женщин представлена ЛСП **‘обаяние’** (22 реакции), **‘ум’** (22 реакции), **‘мать’** (21 реакция), **‘забота’** (19 реакций) и **‘доброта’** (18 реакций), актуализированными 25 % реакций информантов-женщин. Данные ЛСП полностью совпадают с составом ЛСП, входящих в ядерную зону общего СФ, свидетельствуя о том, что женщины в полной мере разделяют общественные представления о доброй и заботливой матери, умном и обаятельном человеке.

В предъядерной зоне автостереотипа находятся ЛСП **‘жена’** (13 реакций), **‘хитрость’** (12 реакций), **‘терпение’** (12 реакций), **‘сексуальность’** (11 реакций), **‘любящая’** (10 реакций), **‘эмоциональность’** (10 реакций), **‘отзывчивость’** (10 реакций), **‘верность’** (10 реакций) и **‘целеустремленность’** (10 реакций).

В целом женщины разделяют общественные представления о таких своих качествах, как хитрость, терпение и отзывчивость: ЛСП **‘хитрость’** (12 реакций), **‘терпение’** (12 реакций) и **‘отзывчивость’** (10 реакций), как и в общем СФ, оказываются в предъядерной зоне группового автостереотипа женщин.

Однако можно заметить, что стереотип любящей жены менее актуален для языкового сознания женщин: ЛСП **‘жена’** (10 реакций) и **‘любящая’** (10 реакций) в общем СФ находятся в ядерной зоне. В структуре же автостереотипа женщин эти ЛСП оказались уже в предъядерной зоне. На меньшую актуальность признаков **‘любящая’** и **‘жена’** в языковом сознании женщин указывает и тот факт, что ЛСП **‘жена’** (10 реакций) расположен ниже ЛСП **‘мать’** (21 реакция) в иерархии приписываемых женщинам признаков. По-

добное соотношение распределения частот реакций по указанным ЛСП может свидетельствовать о приоритете материнства, а не замужества для женщин.

Представления о женской сексуальности и эмоциональности также менее актуальны для женского языкового сознания: ЛСП **‘сексуальность’** (11 реакций) и **‘эмоциональность’** (10 реакций), расположенные в ядерной зоне общего СФ, включены в предъядерную зону автостереотипа женщин.

Возможно, нахождение данных ЛСП в предъядерной зоне связано не с тем, что женщины не считают себя эмоциональными и сексуальными, а с тем, что женщинам сложно себя оценить с такой точки зрения: данные представления формируются прежде всего в языковом сознании общества и в мужском языковом сознании (см. выше).

Особо необходимо отметить, что периферийные признаки общего СФ **‘верность’** (10 реакций) и **‘целеустремленность’** (10 реакций) актуализировались достаточным количеством реакций информантов-женщин и вошли в структуру автостереотипа. Данный факт может означать то, что женщины, в отличие от общества в целом считают себя верными, а не легкомысленными. А включение ЛСП **‘целеустремленность’** в структуру автостереотипа закономерно по причине того, что для женщин в равной степени важно реализовать себя в профессиональном плане и личной жизни.

Сопоставление частот реакций мужчин и женщин по ЛСП демонстрирует значительные расхождения в представлениях о фемининности в зависимости от фактора «гендер».

Представим распределение реакций, данных информантами-мужчинами и информантами-женщинами, в виде графика, на котором видны расхождения между значениями градаций фактора «гендер» (см. рис. 5 и табл. 7).

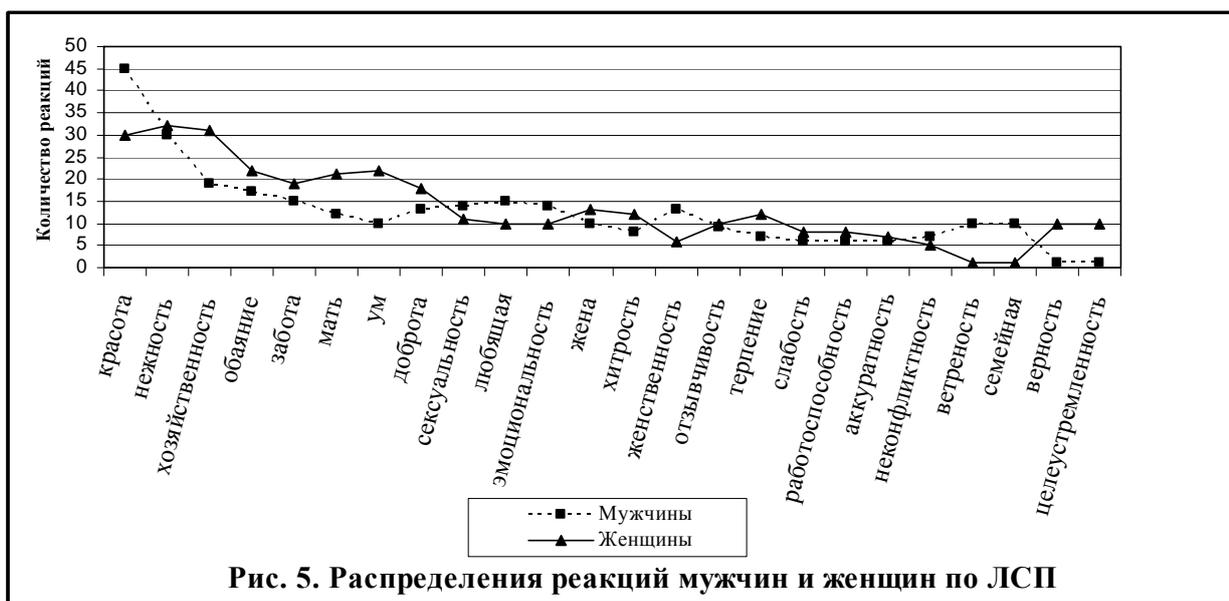


Рис. 5. Распределения реакций мужчин и женщин по ЛСП

Как видно из рисунка 5, ЛСП ядра **‘красота’** представлен в языковом сознании мужчин и женщин неодинаково: частоты реакций существенно различаются (45 реакций мужчин и 30 реакций женщин). ЛСП **‘красота’** значительно чаще актуализируют информанты-мужчины, что свидетельствует о приоритете внешней красоты женщин для мужчин. По этой же причине на эти ЛСП были даны реакции, представляющие детальное описание женской красоты: *красивые глаза* и *красивая фигура*.

Для женщин важным аспектом стереотипизации оказывается их роль в доме и семье: по ЛСП **‘хозяйственность’** также наблюдаются значительные расхождения в распределении реакций по градациям фактора «гендер» (19 реакций мужчин и 31 реакция женщин). Из неравного распределения реакций можно сделать вывод о том, что для женщин важно быть хранительницей домашнего очага, поэтому слова, объединенные по ЛСП **‘хозяйственность’**, актуальны для языкового сознания женщин.

Социальная роль матери осознается в бóльшей степени самими женщинами: по ЛСП **‘мать’** наблюдается неравное распределение реакций информантов-мужчин (12 реакций) и информантов-женщин (21 реакция).

На ЛСП **‘ум’** получено 10 реакций информантов-мужчин и 22 реакции информантов-женщин. Данное распределение реакций свидетельствует о том, что в мужском языковом сознании нечетко сформирован стереотип умной женщины. Женщины же, напротив, признают за собой наличие высоких интеллектуальных способностей. Таким образом, ГС умной женщины является по сути автостереотипом женщин в женском языковом сознании.

Для мужчин в данном случае оказываются важнее не умственные характеристики женщины, а ее проявления фемининности в общем смысле этого понятия: женственность является неизменным атрибутом женского поведения в представлении мужчин, о чем свидетельствует расхождение в распределении частот реакций мужчин и женщин по ЛСП **‘женственность’** (13 реакций мужчин и 6 реакций женщин). Женщины смотрят на себя менее обобщенно, поэтому данный ЛСП оказывается на периферии автостереотипа женщин.

Значительные расхождения в распределении частот реакций мужчин и женщин наблюдаются по периферийным ЛСП общего СФ. Так, ЛСП **‘внутренность’** (10 реакций мужчин и 1 реакция женщин) и **‘семейная’** (10 реакций мужчин и 1 реакция женщин) актуализируются в бóльшей степени в мужском языковом сознании, а ЛСП **‘верность’** (1 реакция мужчин и 10 реакций женщин) – в языковом сознании самих женщин. По такому распределению реакций можно судить о том, что женщины не считают себя легкомысленными, но, тем не менее, не стремятся строить отношения в семье. Мужчины же признают за женщинами черты как легкомысленного, так и серьезного поведения,

поэтому ЛСП **‘ветренность’** и **‘семейная’** одновременно актуальны для языкового сознания мужчин.

По ЛСП **‘целеустремленность’** также есть значительные расхождения в распределении реакций информантов-мужчин (1 реакция) и информантов-женщин (10 реакций). Неравное распределение реакций свидетельствует о том, что женщины считают себя целеустремленными наравне с мужчинами.

По ЛСП **‘нежность’** (30 реакций мужчин и 32 реакции женщин), **‘обаяние’** (17 реакций мужчин и 22 реакции женщин), **‘забота’** (15 реакций мужчин и 19 реакций женщин), **‘доброта’** (13 реакций мужчин и 18 реакций женщин), **‘сексуальность’** (14 реакций мужчин и 11 реакций женщин), **‘любящая’** (15 реакций мужчин и 10 реакций женщин), **‘эмоциональность’** (14 реакций мужчин и 10 реакций женщин), **‘жена’** (10 реакций мужчин и 13 реакций женщин), **‘хитрость’** (8 реакций мужчин и 12 реакций женщин), **‘отзывчивость’** (9 реакций мужчин и 10 реакций женщин), **‘терпение’** (7 реакций мужчин и 12 реакций женщин) значительных различий в распределении реакций по градациям фактора «гендер» не выявлено, что свидетельствует о том, что и мужчины, и женщины единодушны в определении традиционных атрибутов фемининности.

В целом мужчины и женщины единогласны в определении эмоциональности, о чем свидетельствует распределение реакций по ЛСП **‘нежность’**, **‘забота’**, **‘доброта’**, **‘сексуальность’**, **‘любящая’**, **‘эмоциональность’** и **‘отзывчивость’**. Все эти ЛСП, определяющие основные свойства женщин, представляют образ равнодушной женщины, выражающей эмоции по отношению к окружающим. Женщинам в языковом сознании мужчин и женщин атрибутируется, таким образом, целый ряд характерных черт, описывающих их как умеющих любить и быть заботливыми.

Таким образом, анализ распределения частот реакций мужчин и женщин по ЛСП и анализ зон групповых СФ, сформированных в языковом сознании мужчин и женщин, демонстрирует тенденцию к стереотипизации мужчинами внешних проявлений красоты и сексуальности. При этом мужчины считают женщин легкомысленными и ветреными. В женском же языковом сознании наблюдается тенденция к сохранению традиционных представлений о ролях женщины в семье: женщины признают прежде всего за собой необходимость выполнения роли матери, а не жены. Кроме того, женщины придают большое значение качествам, проявляемым в отношении к близким: забота, нежность, доброта. Несомненно и то, что общественные изменения отражаются на формировании автостереотипов женщин: женщины считают себя в равной степени с мужчинами умными и целеустремленными.

3.2.2.2. Стереотип фемининности в языковом сознании возрастных групп 17–39 лет и 40–65 лет

Всего в эксперименте от информантов в возрасте 17–39 лет было получено больше реакций (330), чем от информантов в возрасте 40–65 лет (297).

Как следует из анализа распределения частот реакций информантов в возрасте 17–39 лет по ЛСП (см. рис. 13 Приложения и табл. 7), в ядро СФ, сформированного в языковом сознании людей в возрасте 17–39 лет, входят два ЛСП **‘красота’** (39 реакций) и **‘нежность’** (33 реакции). Данные ЛСП актуализируются в языковом сознании 45 % информантов исследуемой социальной группы, что свидетельствует о том, что люди в возрасте 17–39 лет более единогласны в представлениях о красоте и нежности женщин, чем все информанты в совокупности (35 %).

ЛСП **‘хозяйственность’** (24 реакции) в отличие от общего стереотипа не попадает в ядро группового СФ и вместе другими ЛСП **‘обаяние’** (26 реакций), **‘ум’** (20 реакций), **‘забота’** (17 реакций), **‘доброта’** (17 реакций) и **‘мать’** (16 реакций) расположены в ядерной зоне. Представленные ЛСП совпадают с составом ЛСП, входящими в ядерную зону общего СФ. Следовательно, информанты, принадлежащие к более молодому поколению, в достаточной мере разделяют представления общества об атрибутах фемининности. В целом ядерная зона группового СФ, как видим, состоит из ЛСП с положительной коннотацией.

Однако можно заметить, что ЛСП **‘мать’** (16 реакций) находится на границе ядерной и предъядерной зон группового СФ. Данный факт говорит, на наш взгляд, о том, что для людей в возрасте 17–39 лет социальная роль матери не так актуальна, как для всего общества в целом.

Возможно, подобное расположение ЛСП **‘мать’** в структуре группового СФ связано с тем, что для представителей возрастной группы 17–39 лет важно состояться не только в личной и семейной жизни, но и в других сферах социальной жизни, о чем свидетельствует актуализация ЛСП **‘целеустремленность’** (10 реакций) в предъядерной зоне группового СФ (напомним, что данный ЛСП в общем СФ расположен в периферийной зоне).

Общественные представления о хитрости и отзывчивости женщин членами возрастной группы 17–39 лет разделяются, о чем свидетельствует то, что ЛСП **‘хитрость’** (14 реакций) и **‘отзывчивость’** (13 реакций), как и в общем СФ, расположены в предъядерной зоне группового СФ. Однако ЛСП, определяющие качества женщин, связанные с эмоциями – **‘любящая’** (14 реакций), **‘сексуальность’** (13 реакций) и **‘эмоциональность’** (13 реакций) – в отличие от общего СФ расположены не в ядерной зоне группового СФ, а в предъядерной. Видимо, люди в возрасте 17–39 лет не считают приоритетными для женщины проявления эмоциональности.

Анализ распределения частот реакций информантов в возрасте 40–65 лет по ЛСП (см. рис. 14 Приложения и табл. 7) демонстрируют, что в ядро СФ, сформированного в языковом сознании людей в возрасте 40–65 лет, входят два ЛСП **‘красота’** (36 реакций) и **‘нежность’** (29 реакций). Данные ЛСП представлены в языковом сознании 40 % информантов исследуемой социальной группы. Как видим, представители старшей возрастной группы более единогласны в представлениях о красоте и нежности женщин, чем все информанты в совокупности (35 %).

Ядерная зона группового СФ довольно компактна, так как представлена тремя ЛСП: **‘хозяйственность’** (26 реакций), **‘забота’** (17 реакций) и **‘мать’** (17 реакций). Данные ЛСП являются по своей сути семантически связанными и демонстрируют представление старшей возрастной группы о женщине как хранительнице домашнего очага и заботливой матери. «Компактность» ядерной зоны может, таким образом, свидетельствовать о достаточной степени закреплённости патриархального стереотипа распределения обязанностей мужчин и женщин в языковом сознании старшей возрастной группы.

На последнее указывает и тот факт, что ЛСП группового СФ **‘жена’** (15 реакций) в иерархии признаков фемининности расположен в предъядерной зоне стереотипа сразу же после ЛСП **‘мать’** (17 реакций). Близкое расположение данных ЛСП является свидетельством актуальности социальных ролей матери и жены для языкового сознания людей в возрасте 40–65 лет. Для представителей данной социальной группы как роль матери, так и роль жены являются социально важными, что является следствием социальной сознательности более старшего поколения.

Предъядерная зона группового СФ, кроме ЛСП **‘жена’** (15 реакций), представлена ЛСП **‘доброта’** (14 реакций), **‘женственность’** (14 реакций), **‘обаяние’** (13 реакций), **‘ум’** (12 реакций), **‘сексуальность’** (12 реакций), **‘терпение’** (12 реакций), **‘любящая’** (11 реакций), **‘эмоциональность’** (11 реакций) и **‘неконфликтность’** (10 реакций). Как видим, зона включает только положительные характеристики женского поведения.

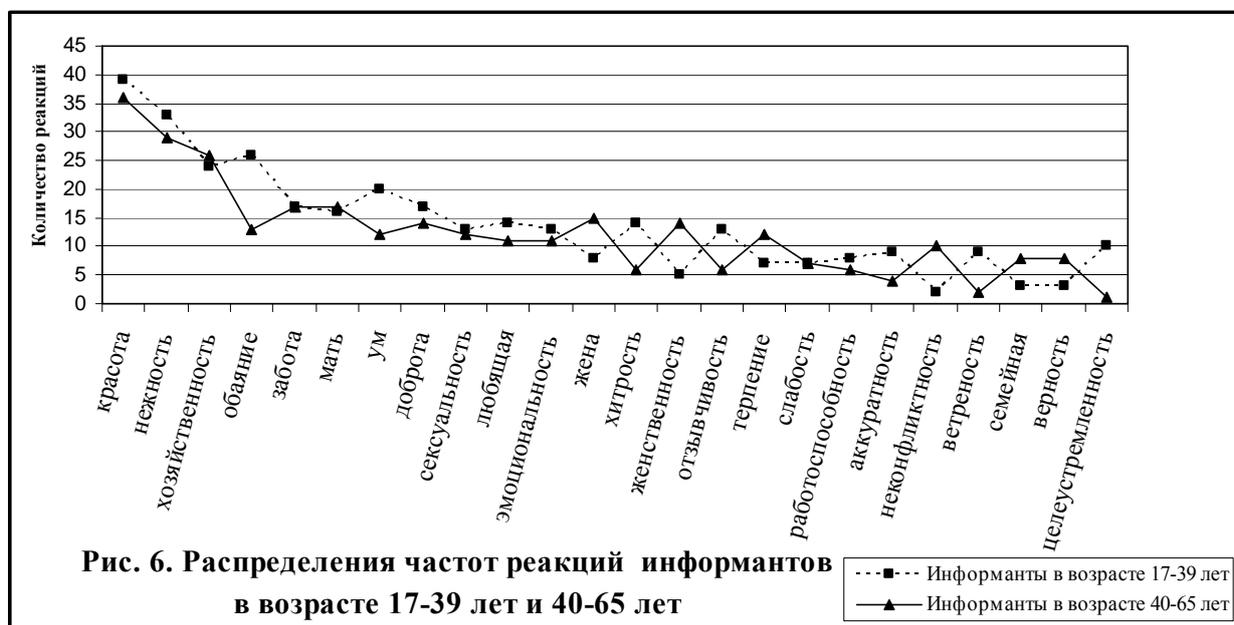
Тем не менее эти ЛСП имеют разную степень значимости для общественного и группового языкового сознания. Так, **‘женственность’** (14 реакций) и **‘терпение’** (12 реакций), как и в общем СФ, расположены в предъядерной зоне, свидетельствуя о равной значимости данных представлений как для людей в возрасте 40–65 лет, так и для всего общества в целом. А ЛСП **‘доброта’** (14 реакций), **‘сексуальность’** (12 реакций), **‘любящая’** (11 реакций) и **‘эмоциональность’** (11 реакций), расположенные в ядерной зоне общего СФ, в групповом СФ включены в предъядерную зону. Видимо, эмоциональные проявления в поведении женщин менее актуальны для представителей старшей возрастной группы, чем для всего общества.

Представления об уме и обаянии информантами в возрасте 40–65 лет также разделяются не в полной мере, поскольку ЛСП ‘**обаяние**’ (11 реакций) и ‘**ум**’ (12 реакций), актуализированные в ядерной зоне общего СФ, расположены в предъядерной зоне группового СФ, сформированного в языковом сознании людей в возрасте 40–65 лет.

Однако ЛСП ‘**неконфликтность**’ (10 реакций), находящийся на периферии общего СФ, актуализирован в предъядерной зоне группового СФ, свидетельствуя об актуальности данного ЛСП для языкового сознания старшей возрастной группы. В поведении членов этой возрастной группы высоко ценится, по всей видимости, руководство разумом, а не эмоциями, о чем говорит еще и то, что информанты в возрасте 40–65 лет дали меньше реакций на ЛСП, связанные с эмоциональными проявлениями. По этой причине такие качества, как терпимость и гибкость характера женщин, стереотипизируются и формируют СФ, актуальный для языкового сознания более старшего поколения.

Сопоставление частот реакций информантов в возрасте 17–39 лет и 40–65 лет по ЛСП демонстрирует некоторые расхождения в представлениях о фемининности в зависимости от фактора «возраст».

Представим распределение реакций, данных информантами младшей и старшей возрастных групп, в виде графика, на котором видны расхождения между значениями градаций фактора «возраст» (см. рис. 6 и табл. 7).



Итак, сопоставление распределения частот реакций информантов в возрасте 17–39 лет и 40–65 лет демонстрирует, что по ЛСП ‘**красота**’ (39 и 36 реакций соответственно), ‘**нежность**’ (33 и 29 реакций), ‘**хозяйственность**’ (24 и 26 реакций) и ‘**забота**’ (17 и 17 реакций), ‘**мать**’ (16 и 17 реакций), ‘**доб-**

рота' (17 и 14 реакций), **'сексуальность'** (13 и 12 реакций), **'любящая'** (14 и 11 реакций), **'эмоциональность'** (13 и 11 реакций) и **'терпение'** (7 и 12 реакций) значительных расхождений в представлениях об атрибутах фемининности по фактору «возраст» не наблюдается.

Существенные расхождения в частотах реакций информантов видны (см. рис. 6) по ЛСП **'обаяние'** (26 и 13 реакций) и **'ум'** (20 и 12 реакций), что демонстрирует формирование ГС умной и обаятельной женщины в языковом сознании младшего возраста. Интеллектуальные способности и обаяние оказываются важнее проявлений эмоциональности (см. выше) для представителей более молодого поколения как средства достижения успеха. Семантически связанным с ЛСП **'обаяние'** и **'ум'** оказывается ЛСП **'хитрость'** (14 и 6 реакций), который в языковом сознании младшей возрастной группы актуализирован бóльшим количеством реакций. Таким образом, в языковом сознании возрастной группы 17–39 лет формируется ГС следующего содержания: хитрость в совокупности с умом и обаянием позволяет женщинам добиваться желаемых результатов.

Информанты в возрасте 40–65 лет в отличие от информантов в возрасте 40–65 лет смотрят на женщину глобально и дают ей характеристику женственности: ЛСП **'женственность'** (5 и 14 реакций) актуализирован бóльшим количеством реакций людей старшего поколения. Информанты же в возрасте 17–39 лет, как видим, дают более конкретные характеристики женщинам, такие как обаяние и шарм (см. распределение реакций по ЛСП **'обаяние'**).

Необходимо отметить, что в целом в языковом сознании людей в возрасте 17–39 лет формируется стереотип целеустремленной женщины, о чем свидетельствует неравное распределение реакций информантов по ЛСП **'целеустремленность'** (10 и 1 реакций).

Для представителей старшего поколения оказывается более актуальной социальная роль жены: ЛСП **'жена'** (8 и 15 реакций) актуализирован бóльшим количеством реакций информантов в возрасте 40–65 лет. Неравное распределение реакций по ЛСП **'жена'** обусловлено тем, что для представителей старшего поколения важно реализоваться в семейной жизни. Можно утверждать, что в языковом сознании данной социальной группы сохраняется патриархальный образ женщины.

Неравное распределение реакций по ЛСП **'неконфликтность'** (2 и 10 реакций) свидетельствует о том, что в языковом сознании людей старшего поколения формируется стереотип тактичной неконфликтной женщины. Формирование данного стереотипа связано, по всей видимости, с тем, что с возрастом начинают цениться такие качества, как терпимость и тактичность. Однако стереотип отзывчивой женщины формируется преимущественно в языковом сознании людей в возрасте 17–39 лет: ЛСП **'отзывчивость'** (13 и 6 ре-

акций) актуализирован бóльшим количеством реакций информантов данной социальной группы.

Итак, по результатам анализа формирования групповых СФ в языковом сознании возрастных групп 17–39 лет и 40–65 лет можно заключить, что представители более молодого поколения считают важными интеллектуальные характеристики женщины и ее личностные качества, такие как обаяние и хитрость. Кроме того, в языковом сознании людей младшей возрастной группы формируется стереотип целеустремленной женщины. Для языкового сознания людей в возрасте 40–65 лет являются актуальными социальные роли жены и матери. Для представителей более старшей возрастной группы оказываются также важными качества женщины, проявляемые в семейной жизни и во взаимоотношениях с окружающими, такие как забота и неконфликтность.

3.2.2.3. Стереотип фемининности в языковом сознании людей с высшим и средним образованием

Всего в эксперименте по выявлению СФ от информантов с высшим образованием было получено больше реакций (333), чем от информантов со средним образованием (276).

Анализ распределения частот реакций информантов с высшим образованием по ЛСП (см. рис. 15 Приложения и табл. 7) позволил выделить ядро СФ, сформированного в языковом сознании людей с высшим образованием, в которое попадают два ЛСП **‘нежность’** (34 реакции) и **‘хозяйственность’** (29 реакций). ЛСП общего СФ **‘красота’** не оказывается включенным в ядро группового СФ, что говорит о том, что люди с высшим образованием не склонны считать проявления внешней красоты приоритетным качеством женщин. Для языкового сознания данной социальной группы более важными аспектами стереотипизации оказываются такие качества женщины, как ее умение быть нежной и ласковой по отношению к близким и умение хранить домашний очаг.

Однако люди с высшим образованием не отрицают роли красоты в восприятии женщин: представление о красоте оказывается семантически связанным с представлением об обаянии женщин, поскольку ЛСП **‘красота’** (28 реакций) и **‘обаяние’** (22 реакции) оказываются расположенными в ядерной зоне группового СФ близко друг к другу. Близкое расположение этих ЛСП может означать то, что люди с высшим образованием не разделяют восприятие женщин на только внешние и внутренние параметры красоты.

Ядерная зона группового СФ оказывается также связанной с представлениями о женщине как хранительнице домашнего очага. В ядерную зону включены ЛСП **‘мать’** (20 реакций), **‘забота’** (18 реакций) и **‘доброта’** (16 ре-

акций). Как видим из состава ЛСП, входящих в ядерную зону группового СФ, в языковом сознании людей с высшим образованием сформирован стереотип заботливой матери. Для информантов с высшим образованием социальная роль матери оказывается актуальной, как и для всего общества в целом.

Анализ структуры предъядерной зоны группового СФ, сформированного в языковом сознании людей с высшим образованием, позволяет выделить некоторые аспекты стереотипизации женских качеств, выраженных следующими ЛСП: **‘любящая’** (13 реакций), **‘ум’** (12 реакций), **‘сексуальность’** (12 реакций), **‘эмоциональность’** (12 реакций), **‘жена’** (12 реакций), **‘отзывчивость’** (12 реакций), **‘терпение’** (12 реакций), **‘хитрость’** (11 реакций), **‘неконфликтность’** (11 реакций) и **‘семейная’** (10 реакций).

ЛСП **‘отзывчивость’** (12 реакций), **‘терпение’** (12 реакций), **‘хитрость’** (11 реакций), как и в общем СФ, расположены в предъядерной зоне группового СФ, следовательно, представления об отзывчивости, терпении и хитрости женщин являются по сути традиционными представлениями общества о женских качествах, проявляющимися в том числе и в фольклоре, и люди с высшим образованием эти представления разделяют.

Стереотип эмоциональной женщины в языковом сознании информантов с высшим образованием сформирован не четко, поскольку ЛСП **‘любящая’** (13 реакций), **‘сексуальность’** (12 реакций) и **‘эмоциональность’** (12 реакций) расположены не в ядерной зоне группового СФ, как в общем СФ, а в предъядерной. Возможно, это связано с тем, что люди с высшим образованием равноценно важным свойством для женщин считают ее интеллект, о чем свидетельствует то, что ЛСП **‘ум’** (12 реакций) также включен в предъядерную зону и расположен близко к ЛСП, связанным с описаниями эмоциональных проявлений женщин.

Социальная роль жены одобряется в языковом сознании исследуемой социальной группы: ЛСП **‘жена’** (12 реакций) попадает в предъядерную зону и является актуальным для людей с высшим образованием. Это говорит о том, что в языковом сознании людей сохраняется патриархальный стереотип, заключающийся в том, что женщине нужно реализоваться в семье и быть хорошей женой. На последнее указывает также и тот факт, что ЛСП **‘семейная’** (10 реакций), находящийся в периферийной зоне общего СФ, оказался включенным в предъядерную зону группового СФ, сформированного в языковом сознании информантов с высшим образованием.

Для языкового сознания людей с высшим образованием оказался также актуальным стереотип неконфликтной тактичной женщины: ЛСП **‘неконфликтность’** (11 реакций), в отличие от общего СФ, где этот признак находится в периферийной зоне, представлен достаточным количеством реакций для того, чтобы оказаться в предъядерной зоне группового СФ. По всей види-

мости, у информантов с высшим образованием формируются определенные ожидания от поведения женщин: в данной социальной группе ценится быть терпимым и тактичным.

Анализ распределения частот реакций информантов со средним образованием по ЛСП (см. рис. 16 Приложения и табл. 7) позволяет увидеть, что в ядро СФ, сформированного в языковом сознании людей со средним образованием, попадает только один ЛСП **‘красота’** (47 реакций), зафиксированный более чем у половины информантов со средним образованием (65 %), т.е. можно сказать, что информанты исследуемой социальной группы более единокорны в своих представлениях о красоте женщин, чем все информанты в совокупности (34 %). Информанты со средним образованием по сравнению с другими социальными группами дали наибольшее количество реакций на данный ЛСП, что свидетельствует о важности красоты для женщин в языковом сознании представителей исследуемой социальной группы.

Представления о нежности и хозяйственности женщин сформированы нечетко. В языковом сознании людей со средним образованием ЛСП **‘нежность’** (28 реакций) и **‘хозяйственность’** (21 реакция) оказываются включенными не в ядро, а в ядерную зону группового СФ. Люди со средним образованием, как это видно из структуры группового СФ, склонны считать важными для женщины такие качества, как ум, обаяние и забота: ЛСП **‘ум’** (20 реакций), **‘обаяние’** (17 реакций) и **‘забота’** (16 реакций), как и в общем СФ, находятся в предъядерной зоне группового СФ, что говорит об актуальности данных ЛСП и представлений, выраженных этими ЛСП, для языкового сознания информантов со средним образованием.

Предъядерная зона группового СФ включает следующие ЛСП: **‘доброта’** (15 реакций), **‘мать’** (13 реакций), **‘сексуальность’** (13 реакций), **‘любящая’** (12 реакций), **‘эмоциональность’** (12 реакций), **‘жена’** (11 реакций) и **‘женственность’** (11 реакций).

Анализ иерархии признаков фемининности, входящих в предъядерную зону, демонстрирует следующие стереотипы, сформированные в языковом сознании людей со средним образованием. Так, ЛСП **‘мать’** (13 реакций), **‘любящая’** (12 реакций) и **‘жена’** (11 реакций), актуальные для общественного сознания и входящие в состав ядерной зоны общего СФ, в групповом СФ оказываются в предъядерной зоне, что наш взгляд, свидетельствует о смене взглядов представителей исследуемой социальной группы: традиционный стереотип любящей жены и матери постепенно теряет свою актуальность в языковом сознании людей со средним образованием.

Общественные представления об эмоциональных проявлениях женского характера информантами со средним образованием также разделяются не в полной мере, поскольку ЛСП **‘доброта’** (15 реакций), **‘сексуальность’** (13 ре-

акций) и ‘эмоциональность’ (12 реакций), в отличие от общего СФ, не попали в ядерную зону группового СФ.

Тем не менее ЛСП ‘женственность’ (9 реакций), как и в общем СМ, оказывается расположенным в предъядерной зоне группового СФ. Актуальность представления о женственности представительниц слабого пола можно связать с важностью их красоты для языкового сознания людей со средним образованием.

Сопоставление частот реакций информантов с высшим и средним образованием ЛСП демонстрирует сходства и расхождения в представлениях о фемининности в зависимости от фактора «образование».

Представим распределение реакций, данных информантами с высшим и средним образованием, в виде графика, на котором видны расхождения между значениями градаций фактора «образование» (см. рис. 7 и табл. 7).

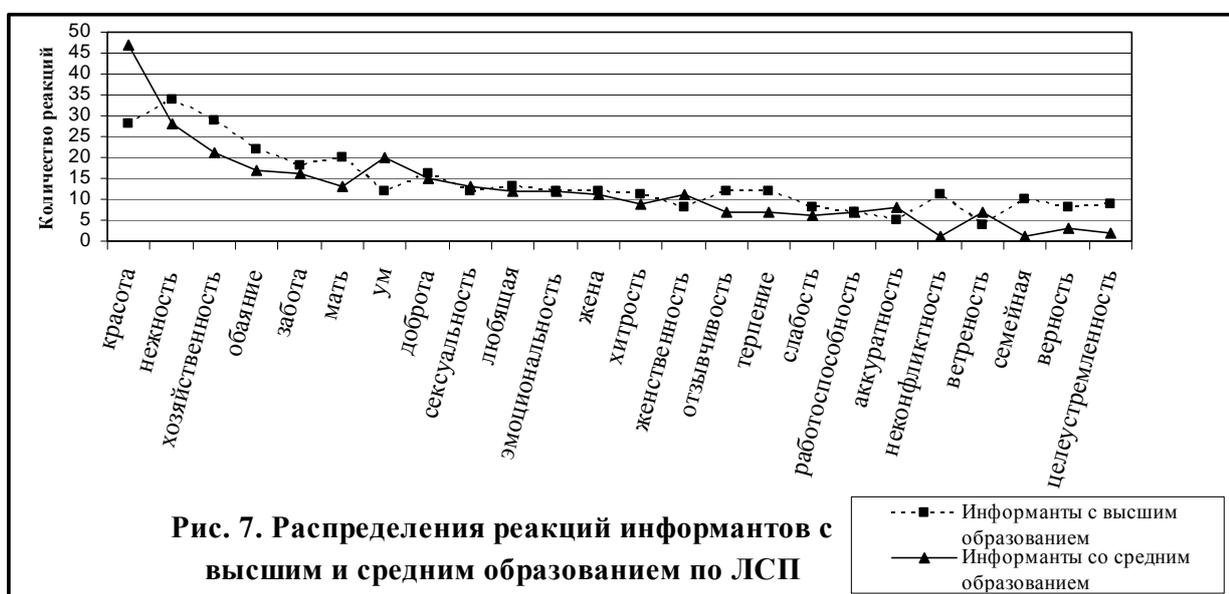


Рис. 7. Распределения реакций информантов с высшим и средним образованием по ЛСП

Итак, сопоставим представленность признаков в СФ у людей с высшим и средним образованием.

Из рис. 7 видно, что по входящим в структуру групповых СФ ЛСП ‘нежность’ (34 и 28 реакций соответственно), ‘обаяние’ (22 и 17 реакций), ‘забота’ (18 и 16 реакций), ‘доброта’ (16 и 15 реакций), ‘сексуальность’ (12 и 13 реакций), ‘любящая’ (13 и 12 реакций), ‘эмоциональность’ (12 и 12 реакций), ‘жена’ (12 и 11 реакций), ‘хитрость’ (11 и 9 реакций), ‘женственность’ (8 и 11 реакций), ‘отзывчивость’ (12 и 7 реакций) и ‘терпение’ (12 и 7 реакций) распределение реакций информантов существенно не различается по градациям фактора «образование», так как разница в частотах по ЛСП составила 7 и менее единиц. Практически равное распределение реакций по ука-

занным ЛСП может свидетельствовать о том, что данные ЛСП описывают типичные представления людей с высшим и средним образованием об атрибутах фемининности.

Однако дальнейший анализ распределения частот реакций выявляет некоторые различия в представлениях информантов с высшим и средним образованием об атрибутах фемининности.

Как уже говорилось выше, информанты со средним образованием формируют представление о важности красоты для женщин: по ЛСП '**красота**' от информантов со средним образованием (47 реакций) получено значительно больше реакций, чем от информантов с высшим образованием (28 реакций).

Кроме того, в языковом сознании людей со средним образованием более прочно сформирован стереотип умной женщины: на ЛСП '**ум**' информанты со средним образованием дали 20 реакций, в то время как информанты с высшим образованием дали только 12 реакций, вследствие чего данный ЛСП оказался достаточно удаленным от ядра группового СФ. Следующее распределение реакций может быть, по нашему мнению, свидетельством того, что представители социальной группы людей со средним образованием стремятся быть умными и приписывают данный признак женщинам как социально ожидаемый и одобряемый.

Для языкового сознания людей с высшим образованием более актуальными являются социальная роль матери и качества, проявляемые в семье и в общении с близкими: по ЛСП '**мать**' (20 и 13 реакций), '**хозяйственность**' (29 и 21 реакция), '**неконфликтная**' (11 и 1 реакция) и '**семейная**' (10 и 1 реакция) наблюдается неравное распределение реакций по градациям фактора «образование». Подобное распределение реакций может свидетельствовать о более консервативных взглядах людей с высшим образованием на роль женщины в семье и о качествах, способствующих становлению благоприятных отношений в семье.

Таким образом, результаты анализа особенностей формирования группового СФ в языковом сознании людей с высшим образованием демонстрируют стереотипизацию социальных ролей женщины в семье. Информанты с высшим образованием считают наиболее важными такие качества женщин, как нежность, забота о близких и неконфликтность. В языковом сознании людей со средним образованием складывается стереотип умной, красивой и привлекательной женщины, умеющей любить, но, тем не менее, не стремящейся реализовать социальные роли матери и жены.

3.2.2.4. Стереотип фемининности в языковом сознании гуманитариев и негуманитариев

Всего в эксперименте по выявлению СФ от информантов-гуманитариев было получено меньше реакций (301), чем от информантов-негуманитариев (326).

Анализ распределения частот реакций информантов-гуманитариев по ЛСП (см. рис. 17 Приложения и табл. 7) позволяет выделить в структуре СФ, сформированного в языковом сознании гуманитариев, ядро, в состав которого входят два ЛСП **‘красота’** (35 реакций) и **‘нежность’** (32 реакции). На данные ЛСП были получены реакции от почти половины информантов-гуманитариев (44 %), что свидетельствует о большем единодушии представлений гуманитариев о красоте и нежности женщин, чем всех информантов в целом (35 %).

ЛСП ядра общего СФ **‘хозяйственность’** (23 реакции) актуализирован недостаточным количеством реакций, чтобы попасть в ядро, поэтому оказывается в ядерной зоне группового СФ, что говорит о меньшей актуальности данного женского качества для гуманитариев, чем для всего общества в совокупности. Тем не менее в языковом сознании людей гуманитарных специальностей сохраняет свою актуальность традиционный стереотип необходимости женщины быть заботливой матерью: ЛСП **‘мать’** (20 реакций) и **‘забота’** (18 реакций) включены, как и в общем СФ, в ядерную зону группового СФ. Нахождение данных признаков в ядерной зоне группового СФ говорит о том, что гуманитарии склонны придерживаться общественных представлений об атрибутах фемининности.

Гуманитарии также разделяют общественные представления по поводу эмоциональности и обаяния женщин: ЛСП **‘эмоциональность’** (19 реакций) и **‘обаяние’** (17 реакций), находящиеся в ядерной зоне общего СФ, расположены в ядерной же зоне группового СФ. Если посмотреть на распределение реакций информантов всех социальных групп (табл. 7), то очевидно, что именно гуманитарии формируют стереотип эмоциональности женщин: информанты, принадлежащие к социальной группе гуманитариев, дали наибольшее количество на исследуемый ЛСП. Этот факт связан, возможно, с тем, что именно гуманитарии в силу профиля полученного образования оказываются внимательными к эмоциональным аспектам человеческой жизни: они имеют более глубокие знания о психологии.

Предъядерная зона группового СФ, сформированного в языковом сознании гуманитариев, представлена следующими ЛСП: **‘жена’** (15 реакций), **‘любящая’** (14 реакций), **‘женственность’** (12 реакций), **‘ум’** (11 реакций) и **‘доброта’** (10 реакций). Состав ЛСП, входящих в предъядерную зону, демонстрирует формирование положительного образа женщин в языковом сознании

гуманитариев. Однако актуализация данных ЛСП в общем и групповом СФ показывает разное соотношение общественных и групповых представлений, сформированных в языковом сознании гуманитариев.

Так, например, ЛСП **‘жена’** (15 реакций) и **‘любящая’** (14 реакций), находящиеся в ядерной зоне общего СФ, оказались включенными в предъядерную зону группового СФ, что свидетельствует о снижении значения социальной роли жены для языкового сознания гуманитариев.

Представления о женской доброте и уме не настолько актуальны для гуманитариев, как для всего общества в целом: ЛСП **‘ум’** (11 реакций) и **‘доброта’** (10 реакций), в отличие от общего СФ, где эти признаки находятся в ядерной зоне, оказываются в предъядерной зоне группового СФ. Тем не менее общественные представления о таком качестве, как женственность, гуманитариями разделяются: ЛСП **‘женственность’** (12 реакций), как и в общем СФ, находится в предъядерной зоне группового СФ.

Анализ распределения частот реакций информантов-негуманитариев по ЛСП (см. рис. 18 Приложения и табл. 7) позволяет выделить в структуре СФ, сформированного в языковом сознании негуманитариев, ядро, в которое входят два ЛСП **‘красота’** (40 реакций) и **‘нежность’** (30 реакций). На данные ЛСП получены реакции от 41 % информантов: люди негуманитарных специальностей более единодушны в определении стереотипа красивой и нежной женщины, нежели все информанты в совокупности (35 %).

Менее важным качеством для женщин негуманитарии считают хозяйственность: ЛСП **‘хозяйственность’** (27 реакций) попадает только в ядерную зону группового СФ, а не в ядро (см. структуру общего СФ).

Однако анализ ЛСП, входящих в ядерную зону группового СФ, сформированного в языковом сознании негуманитариев, демонстрирует высокую степень согласия общественных и групповых представлений, сложившихся в языковом сознании исследуемой социальной группы. Как и в общем СФ, ЛСП **‘обаяние’** (22 реакции), **‘ум’** (21 реакция), **‘доброта’** (21 реакция), **‘забота’** (16 реакций) и **‘сексуальность’** (16 реакций) находятся в ядерной зоне группового СФ. В целом указанные ЛСП формируют в языковом сознании негуманитариев стереотип умной, обаятельной и сексуальной женщины.

Предъядерная зона группового СФ представлена ЛСП **‘терпение’** (14 реакций), **‘мать’** (13 реакций), **‘хитрость’** (12 реакций), **‘любящая’** (11 реакций) и **‘отзывчивость’** (10 реакций).

Представления негуманитариев о терпении, хитрости и отзывчивости совпадают с общественными представлениями по поводу этих качеств: ЛСП **‘терпение’** (14 реакций), **‘хитрость’** (12 реакций) и **‘отзывчивость’** (10 реакций), как и в общем СФ, включены в предъядерную зону группового СФ. На наш взгляд, эти ЛСП объективируют традиционные представления общества, которые мало поддаются изменениям в языковом сознании негуманитариев.

Однако стереотип заботливой матери переосмысливается негуманитариями: ЛСП ‘мать’ (13 реакций) и ‘любящая’ (11 реакций) находятся не в ядерной (см. структуру общего СФ), а в предъядерной зоне группового СФ. Расположение данных признаков в предъядерной зоне может свидетельствовать о постепенной смене приоритетов в языковом сознании негуманитариев: социальная роль матери постепенно начинает признаваться менее значимой.

Сопоставление частот реакций гуманитариев и негуманитариев по ЛСП демонстрирует некоторые различия в представлениях о фемининности в зависимости от фактора «специальность».

Продемонстрируем распределения частот реакций, данных информантами-гуманитариями и информантами-негуманитариями, в виде графика (см. рис. 8 и табл. 7).

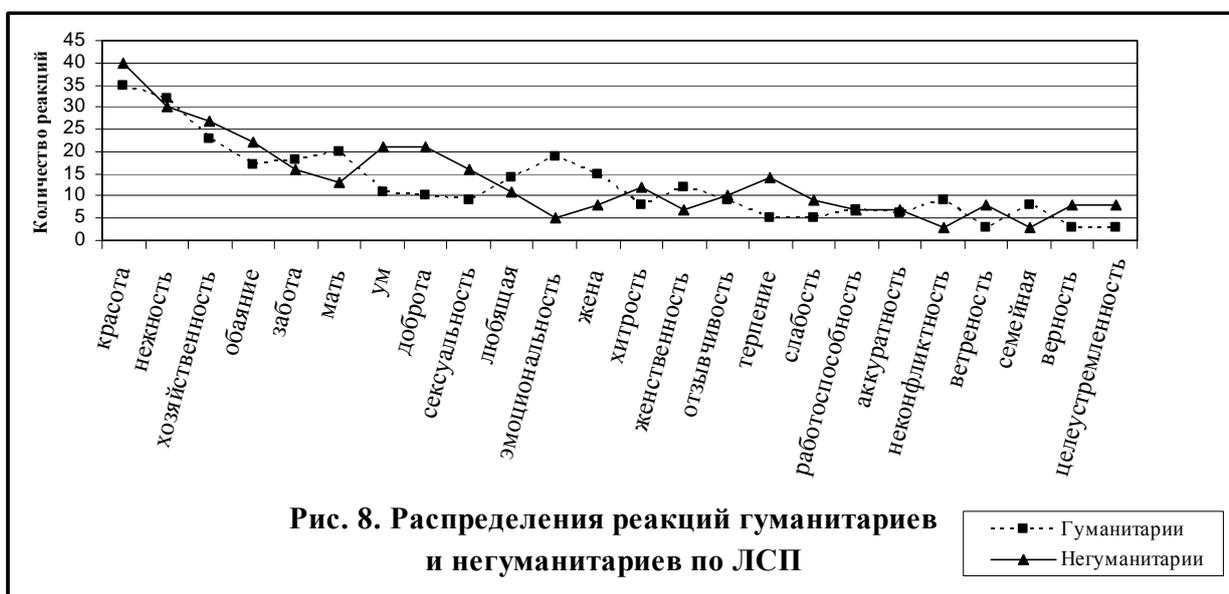


Рис. 8. Распределения реакций гуманитариев и негуманитариев по ЛСП

Сопоставим представленность признаков в групповых СФ, сформированных в языковом сознании гуманитариев и негуманитариев.

Как видно из рис. 8, количество реакций по ЛСП ‘красота’ (35 и 40 реакций соответственно), ‘нежность’ (32 и 30 реакций), ‘хозяйственность’ (23 и 27 реакций), ‘обаяние’ (17 и 22 реакций), ‘забота’ (18 и 16 реакций), ‘любящая’ (14 и 11 реакций), ‘хитрость’ (8 и 12 реакций), ‘женственность’ (12 и 7 реакций) и ‘отзывчивость’ (9 и 10 реакций) существенно не различается по градациям фактора «специальность», так как разница в частотах по признакам составила менее 7 единиц. Практически равное распределение реакций по указанным ЛСП может свидетельствовать о том, что данные ЛСП описывают традиционные разделяемые как гуманитариями, так и негуманитариями социально-психологические качества женщин.

По другим ЛСП, входящим в состав групповых СФ, наблюдаются значительные расхождения в распределении реакций по градациям фактора «специальность». Так, на ЛСП «**мать**» (20 реакций гуманитариев и 13 реакций негуманитариев) и «**жена**» (15 реакций гуманитариев и 8 реакций негуманитариев) информанты гуманитарных специальностей дали большее количество реакций, чем информанты-негуманитарии. Подобное расхождение в распределении реакций может свидетельствовать о том, что в языковом сознании гуманитариев сохраняется приоритет социальных ролей женщины, реализуемых в семье, чем в других сферах социальной жизни.

Как уже говорилось выше, стереотип эмоциональности женщин складывается в языковом сознании гуманитариев: разница в частотах реакций по ЛСП «**эмоциональность**» (19 гуманитариев и 5 реакций негуманитариев) составила также более 7 единиц.

Негуманитарии же не склонны считать женщин эмоциональными: ЛСП «**эмоциональность**» оказывается на периферии группового СФ. Вместе с тем негуманитарии, в отличие от гуманитариев, формируют ГС женской сексуальности: по ЛСП «**сексуальность**» (9 гуманитариев и 16 реакций негуманитариев) наблюдается неравное распределение реакций по градациям фактора «специальность».

Представления об уме, доброте и терпении сильнее проявляются в языковом сознании негуманитариев, о чем говорит неравное распределение реакций по ЛСП «**ум**» (11 реакций (1) и 21 реакция (2)), «**доброта**» (10 реакций (1) и 21 реакция (2)) и «**терпение**» (5 реакций (1) и 14 реакций (2)). Разница в частотах реакций по данным ЛСП, как видим, составила более 7 единиц. Возможно, качества женщин, объективированные данными ЛСП, социально престижны в социальной группе негуманитариев, поэтому актуализированы достаточным количеством реакций.

Итак, по результатам анализа особенностей групповых СФ, сформированных в языковом сознании в зависимости от фактора «специальность», можно сделать вывод о том, что социальная группа гуманитариев формирует ГС эмоциональной женщины. Негуманитарии же дают разносторонние характеристики женщинам, создавая стереотипный образ умной, но в то же время привлекательной и сексуальной женщины. Однако представителями данной группы не разделяется стереотип о том, что женщины эмоциональны. В языковом сознании гуманитариев, в отличие от негуманитариев, сохраняет свою актуальность стереотип любящей и заботливой матери.

3.2.3. *Согласованность социальных групп в определении стереотипа фемининности*

Для того чтобы оценить близость ответов групп испытуемых, которые представляют разные градации одного фактора («гендер», «возраст», «образование», «специальность») были рассчитаны коэффициенты корреляции (по Пирсону) между распределениями частот ответов соответствующих групп.

Представим результаты подсчетов коэффициента корреляции (r) распределений частот ответов групп информантов по градациям факторов (см. табл. 8).

Таблица 8

Коэффициент корреляции (r) распределений частот ответов групп информантов по градациям факторов

Фактор	r
Гендер (мужчины/женщины)	0,70
Возраст (17–39 лет/40–65 лет)	0,78
Образование (высшее/среднее)	0,78
Специальность (гуманитарии/негуманитарии)	0,75

Как видно из таблицы 8, коэффициенты корреляции отличаются незначительно, что является свидетельством согласованности ответов всех исследуемых социальных групп между собой.

Тем не менее можно заметить, что менее всего согласованы между собой ответы мужчин и женщин ($r = 0,70$). Такой коэффициент корреляции является, напомним, высоким, но он ниже коэффициентов корреляции распределений частот ответов других групп информантов (см. табл. 8), поэтому можно говорить о том, что ответы мужчин и женщин отличаются в большей степени, чем ответы информантов других социальных групп.

Наибольший коэффициент корреляции наблюдается для распределений частот реакций социальных групп информантов в возрасте 17–39 лет/40–65 лет и информантов с высшим и средним образованием: коэффициент корреляции равен 0,78, что свидетельствует о высокой степени связи ответов респондентов.

Корреляция между распределениями часто реакций групп информантов по факторам «специальность» чуть ниже ($r = 0,75$), следовательно, ответы гуманитариев и негуманитариев менее схожи, чем ответы информантов по факторам «возраст» и «образование».

Таким образом, оказывается, что больше всего на специфику СФ влияет сам фактор «гендер»: в сознании мужчин и женщин складываются наиболее противоположные представления о фемининности. Практически равные ко-

эффициенты корреляции могут свидетельствовать, что факторы «возраст», «образование» и «специальность» оказывают равноценное влияние на формирование СФ. Мы предполагаем, что атрибуты фемининности являются более стереотипизированными, поэтому исследованные социальные группы демонстрируют высокую степень согласованности представлений по поводу женских качеств.

Таким образом, анализ корреляций подтверждает результаты частотного анализа распределения реакций.

Выводы

Третья глава исследования посвящена изучению влияния социальных факторов на формирование ГС – СМ и СФ. Проведенный эксперимент состоял из нескольких этапов.

В результате семантического анализа реакций и объединения слов в ЛСП, выявлены основные аспекты гендерной стереотипизации в языковом сознании носителей русского языка, каждый из которых отражает определенную сторону восприятия людьми социальных объектов (в нашем случае – мужчин и женщин). Исходные реакции информантов представлены, таким образом, в компактной и структурированной форме, удобной для дальнейшего качественного и количественного анализа и последующей интерпретации.

Оптимальное количество стереотипных ЛСП, составляющих СМ и СФ, определено на основании анализа распределения частот реакций информантов. Доля реакций, составляющих каждый из ЛСП, отражает значимость того или иного аспекта стереотипизируемых объектов – мужчин и женщин – в языковом сознании носителей языка, принадлежащих к различным социальным группам.

Доля испытуемых, давших реакции, вошедшие в тот или иной ЛСП, свидетельствует о степени распространенности представлений среди людей, принадлежащих к различным социальным группам общества. Это позволяет выделить «смысловые блоки» в восприятии представителями различных социальных групп социальных объектов – мужчин и женщин – и реконструировать семантическое содержание маскулинности и фемининности в общественном и групповом языковом сознании.

Кроме того, анализ распределения реакций информантов, принадлежащих к различным социальным группам общества, по ЛСП маскулинности и фемининности позволил сделать вывод о сложной структуре ГС в целом.

Ядром СМ в общественном и групповом языковом сознании оказалось представление о силе мужчины, ядром СФ является представление о красоте

женщин. Данные признаки, как мы предполагаем, могут быть общими представлениями для всех лингвокультурных сообществ, не только русских.

Как показал анализ ГС общественного языкового сознания, ядерные ЛСП составляют ядерные зоны изучаемых когнитивных образований – СМ и СФ – раскрывают их сущностные свойства и актуально существуют для всех носителей русского языкового сознания. Являясь результатом обыденного познания мира, ядерные признаки составляют базисную смысловую структуру ГС. В силу этого они относительно константны, в отличие от предъядерных и периферийных признаков, которые актуализируются лишь частично в групповом языковом сознании.

Актуализация тех или иных ЛСП в языковом сознании социальных групп демонстрирует основные смысловые пути стереотипизации мужских и женских качеств и атрибутов мужественности/женственности в языковом сознании общества, позволяя выявить гендерные автостереотипы мужчин и женщин. Данные ментальные образования не являются устойчивыми, так как проявляются в языковом сознании представителей социальных групп с разной степенью интенсивности. ЛСП, попавшие в ядерные зоны групповых СМ и СФ из предъядерной и периферийных зон общих СМ и СФ, демонстрируют важность каких-либо мужских и женских свойств для определенных социальных групп общества.

Однако под влиянием тех или иных изменений в обществе, представления о ролях мужчин и женщин, выделенные ранее на уровне группового языкового сознания, возможно, смогут далее актуализироваться в большей степени и стать более прочными представлениями в языковом сознании общества.

Распределение частот актуализированных ЛСП по социальным группам с выделением зон СМ и СФ можно рассматривать как модель гендерной стереотипизации в общественном и групповом языковом сознании. Моделирование СМ и СФ позволяет не только проанализировать основные ЛСП, представляющие наиболее важные аспекты гендерной стереотипизации в языковом сознании, но и обнаружить некоторые особенности их взаимосвязи как в языковом сознании всего общества, так и в языковом сознании различных социальных групп (см. табл. 5, 7, 9, 10).

В психологии маскулинность и фемининность рассматриваются как специфические научные конструкты, связанные с конкретными психологическими характеристиками. Первые исследования полоролевой стереотипизации были связаны с попытками вычлнить типичные различия, относящиеся к представлениям женщин и мужчин друг о друге и о себе. Подытоживая эти исследования, Дж. МакКи и А. Шеррифс [McKee, Sherriffs, 1957: 356–371] за-

ключили, что типично мужской образ – это набор черт, связанный с социально неограничивающим стилем поведения, компетенцией и рациональными способностями, активностью и эффективностью. Типично женский образ, напротив, включает социальные и коммуникативные умения, теплоту и эмоциональную поддержку. Некоторые черты, приписываемые маскулинности и фемининности, являются транскультурными (например, отождествление маскулинности с силой, агрессивностью, а фемининности с мягкостью и нежностью). Результаты проведенных нами лингвистических экспериментов в целом совпадают с этими данными.

Однако анализ групповых представлений уточняет эту картину общих признаков гендерной стереотипизации. Основные лексико-семантические пути стереотипизации мужских и женских качеств, являющихся составными компонентами СМ и СФ, сформированных в зависимости от социальных факторов, даны в таблице 18, в которой представлена модель гендерной стереотипизации в общественном и групповом языковом сознании.

Таблица 18

Модель гендерной стереотипизации ЛСП маскулинности и фемининности в общественном и групповом языковом сознании

Социальные группы	СМ	СФ
ОБЩ	важность функционального аспекта жизни (работа, добытчик); состоятельность мужчины; низкая степень стереотипизации психологических свойств человека; низкая степень стереотипизации отцовства; отсутствие стереотипизации внешних признаков	нежность, забота; важность интеллектуальных качеств (ум); доброта; материнство; хозяйственность; важность социальной роли жены; эмоциональность; сексуальность; хитрость
М	важность функционального аспекта жизни (работа); целеустремленность (автостереотип); ответственность (автостереотип); чувство юмора (автостереотип); лидерство (автостереотип); честность (автостереотип); социальная роль отца и опоры в семье не актуальны	стереотипизация внешних проявлений красоты; забота; сексуальность; материнство, семья; хозяйственность; ветренность

Социальные группы	СМ	СФ
Ж	приоритет социальной роли отца и мужа; высокая оценка умственных способностей; успешность и социальная состоятельность мужчины; отсутствие целеустремленности и лидерства	стереотипизация внешних проявлений красоты; важность интеллектуальных качеств (ум); целеустремленность; актуальность материнства, а не замужества, семья; хозяйственность; доброта; хитрость; обаяние; слабость; трудолюбие (автостереотип); терпение (автостереотип); верность (автостереотип)
1	сила; уверенность; социальная успешность; сдержанность; низкая степень актуализации социальной роли отца; лидерство, полигамность	красота; важность интеллектуальных качеств (ум); социальные роли жены и матери не актуальны; сексуальность; эмоциональность; женственность, обаяние; любвеобильность, ветреность; трудолюбие, трудоголик; целеустремленность
2	приоритет умственных способностей над силой; ответственность; важность социальных ролей отца, опоры в семье и мужа; защитник; честность, справедливость; интеллигентность, вежливость	красота; нежность, забота; приоритет социальных ролей жены и матери; хозяйственность; терпение, неконфликтность
Г	ответственность; важность социальных ролей отца, опоры в семье и мужа; уверенность; защитник; решительность; честность	эмоциональность; важность социальных ролей жены и матери; забота; женственность, обаяние
НГ	важность функционального аспекта жизни (добытчик), успешность, трудолюбие; мужество, смелость; отсутствие целеустремленности; полигамность; доброта; порядочность; забота	неэмоциональность; важность интеллектуальных качеств (ум); актуальность социальных ролей жены и матери; доброта; сексуальность; хитрость; слабость; терпеливость
В	состоявшийся, карьерист; важность функционального аспекта жизни (добытчик); ответственность; сдержанность; мужественность; целеустремленность; порядочность; решительность; рассудительность	нежность; забота; материнство; хозяйственность; актуальность социальных ролей жены и матери; обаяние; терпимость, неконфликтность

Социальные группы	СМ	СФ
С	работоспособность, трудолюбие; смелость, мужество; низкая степень стереотипизации отцовства; чувство юмора	стереотипизация внешних проявлений красоты; важность интеллектуальных качеств (ум); важность социальных ролей жены и матери; умение любить, любящая

Как показали данные эксперимента по выявлению СМ и СФ, образы маскулинности и фемининности, сформированные в языковом сознании общества и выражаемые специфическими лексемами, являются историческими и этноспецифическими. Однако при изучении этих образов необходимо учитывать групповые представления и то, чью точку зрения (мужскую/женскую, молодого/старшего поколения, гуманитариев/негуманитариев, людей с высшим/средним образованием) выражает данный конкретный стереотип.

Как видим из таблицы 18, обыденное общественное языковое сознание склонно абсолютизировать психофизиологические и социальные различия полов, отождествляя маскулинность с активно-творческим, культурным, а фемининность – с пассивно-репродуктивным, природным началом. Однако анализ формирования СМ и СФ в языковом сознании различных социальных групп доказывает условность такой категоризации, демонстрируя многообразие свойств маскулинности и фемининности, их зависимость от системы социальных ролей и культурных норм, а также наличие множества групповых вариаций, не совпадающих с нормативной моделью.

Данные качественного, количественного и корреляционного анализов результатов проведенных экспериментов по определению ГС, сформированных в языковом сознании различных социальных групп общества, подтверждают выдвинутую гипотезу: формирование ГС в языковом сознании зависит от социальных характеристик носителей языка.

ГЛАВА 4

ЭКСПЕРИМЕНТАЛЬНОЕ ИССЛЕДОВАНИЕ СТЕРЕОТИПОВ РЕЧЕВОГО ПОВЕДЕНИЯ МУЖЧИН И ЖЕНЩИН В ЯЗЫКОВОМ СОЗНАНИИ НОСИТЕЛЕЙ РУССКОГО ЯЗЫКА

Для того чтобы понять, каким образом и в зависимости от каких социальных факторов формируются стереотипы речевого поведения мужчин и женщин (т.е. ожидания от речевого поведения мужчин и женщин) в общественном и групповом языковом сознании, приведем результаты эксперимента, проведенного с представителями исследуемых социальных групп с целью обнаружения существующих в их языковом сознании стереотипных представлений о различных особенностях речевого поведения мужчин и женщин.

В ходе Эксперимента – II с носителями русского языка по выявлению стереотипов речевого поведения было получено 1220 реакций. Из них 615 реакций актуализировали 132 признака речевого поведения мужчин. Из 615 реакций, описывающих речь мужчин, 390 реакций представляют 15 признаков, вошедших в состав стереотипа. Остальные 225 реакций составили периферию и не вошли в структуру стереотипа речевого поведения мужчин (см. табл. 4 Приложения). Из 605 реакций, характеризующих женскую речь и представляющих 163 признака речевого поведения женщин, 337 реакций актуализировали 12 стереотипных признаков. Остальные 268 реакций составили периферию (см. табл. 5 Приложения).

4.1. Стереотипы речевого поведения женщин в общественном языковом сознании

Признаки, входящие в стереотип речевого поведения женщин, представлены как иерархия типичных черт, характеризующих речь женщин. Данная иерархия строится с учетом степени актуальности признаков речевого поведения женщин в сознании носителей языка. Анализ распределения реакций всех информантов (см. рис. 19 Приложения) показывает, что в структуре стереотипа речевого поведения женщин можно выделить несколько зон:

- 5) ядро стереотипа (56–80 реакций);
- 6) ядерная зона стереотипа (25–28 реакций);
- 7) предъядерная зона стереотипа (20–21 реакция);
- 8) периферийная зона стереотипа (12–16 реакций);

Представим распределение реакций всех информантов по признакам речевого поведения женщин в виде таблицы (см. табл. 9). В таблицу включены только те признаки речевого поведения женщин, которые вошли в ядро, ядерную и предъядерную зону стереотипов какой-либо из социальных групп. Ос-

тальные признаки и их частоты представлены в таблице 5 Приложения. Данная таблица демонстрирует модель стереотипизации признаков речевого поведения женщин как в общественном языковом сознании, так и в сознании разных социальных групп.

Таблица 9

**Частота признаков речевого поведения женщин
в общественном и групповом языковом сознании (абс.)**

Признак	Всего	Гендер		Возраст		Образование		Специальность	
		М	Ж	1	2	В	С	Г	НГ
эмоциональность	<u>80</u>	<u>33</u>	<u>47</u>	<u>40</u>	<u>40</u>	<u>47</u>	<u>33</u>	<u>51</u>	<u>29</u>
образность	<u>56</u>	12	<u>44</u>	27	<u>29</u>	<u>36</u>	<u>20</u>	<u>37</u>	<u>19</u>
многословность	28	11	17	15	13	12	16	18	10
быстрый темп	27	10	17	23	(4)	14	13	16	11
нелогичность	25	16	(9)	19	(6)	15	10	14	11
вежливость	25	15	10	17	(8)	13	12	(8)	17
непредметность	21	11	10	13	(8)	12	(9)	13	(8)
мягкость	20	12	(8)	10	10	10	10	(9)	11
мелодичность	(16)	(6)	10	(9)	(7)	(5)	11	11	(5)
детализированность	(14)	(4)	10	10	(4)	11	(3)	(9)	(5)
неразборчивость	(13)	(3)	10	10	(3)	(9)	(4)	(8)	(5)
отсутствие инвективов	(12)	(2)	10	11	(1)	(2)	10	(3)	9
Всего	337	135	202	204	133	197	140	186	151

Рассмотрим стереотип речевого поведения женщин в общественном сознании. Как видно из таблицы 9, в ядро общего стереотипа речевого поведения женщин входят два признака ‘**эмоциональность**’ (слова *эмоциональность, эмоциональная, эмоционально окрашенная лексика* – 80 реакций) и ‘**образность**’, актуализированный словами *ассоциативна, выразительность, метафоричность, много прилагательных, образная, эпитеты, экспрессивность, яркая на эпитеты, яркость* (56 реакций). Можно сказать, что данные признаки формируют стереотип эмоционального речевого поведения женщин. Семантически связанными с признаками ‘**эмоциональность**’ (80 реакций) и ‘**образность**’ (56 реакций) оказываются признак предъядерной зоны ‘**мягкость**’ (слова, *ласковый тон, мягкость, нежность* – 20 реакций) и признак периферийной зоны ‘**мелодичность**’ (слова *мелодичность, музыкальность, невучая* – 16 реакций). Данные признаки также соотносятся с представлением об эмоциональности речи женщин.

По мнению носителей языка, речь женщин характеризуется многословностью: признаки ‘**многословность**’ (слова *многословность и болтливость* –

28 реакций) и **‘быстрый темп’** (слова *быстрый темп* и *торопливость* – 27 реакций) входят в состав ядерной зоны общего стереотипа и формируют представление о многословности или в наивном понимании – «болтливости» женщин. Периферийный признак **‘детализированность’** (слова *детализированность, детальное бытописание, несущественные детали, развернутое описание* – 14 реакций) дополняет это представление.

Кроме того, в языковом сознании общества формируется стереотип нелогичного речевого поведения женщин, актуализированный ядерным признаком **‘нелогичность’** (слова *бессмысленность, иррациональность, непоследовательность изложения, нелогичность, необдуманность* – 25 реакций), предъядерным признаком **‘непредметность’** (слова и словосочетания *непредметность, отступление от заданной темы разговора, отсутствие заданной темы разговора, "перескакивание" с темы на тему* – 21 реакция) и признаком периферийной зоны **‘неразборчивость’** (слова *неразборчивость, сумбурность* – 13 реакций).

В целом речь женщин оценивается в языковом сознании общества положительно, о чем свидетельствует формирование у носителей русского языка представления о вежливом речевом поведении женщин: признак **‘вежливость’**, актуализированный словами и словосочетаниями *вежливость, воспитанность, внимательность к собеседнику, гибкость, интеллигентная, культурная, некатегоричность, неконфликтность, политкорректность, тактика "внимательного слушателя", тактика подстраивания под собеседника, терпимость к собеседнику, уступчивость* (25 реакций), включен в ядерную зону, и признак **‘отсутствие инвективов’**, представленный словами *избегание инвективной лексики, отсутствие нецензурной лексики, отсутствие мата* (12 реакций), – в периферийную зону.

Считаем целесообразным рассмотреть далее формирование выделенных стереотипов речевого поведения женщин: стереотипа эмоционального речевого поведения женщин (см. пункт 4.3.1), стереотипа многословного поведения женщин (см. пункт 4.3.2) и стереотипа вежливого и корректного речевого поведения женщин (см. пункт 4.3.3) в групповом языковом сознании с целью показать вариативность групповых представлений о речевом поведении женщин.

4.2. Стереотипы речевого поведения мужчин в общественном языковом сознании

Признаки, формирующие стереотип речевого поведения мужчин, представлены как иерархия типичных черт, характеризующих речь мужчин. Учет степени актуальности признаков речевого поведения мужчин в сознании носителей языка позволяет построить иерархию этих признаков. Анализ распре-

деления реакций всех информантов (см. рис. 28 Приложения) демонстрирует, что в структуре стереотипа речевого поведения мужчин можно выделить следующие зоны:

- 1) ядро стереотипа (69 реакций);
- 2) ядерная зона стереотипа (28–38 реакций);
- 3) предъядерная зона стереотипа (20–22 реакции);
- 4) периферийная зона стереотипа (13–17 реакций);

Представим распределение реакций всех информантов по признакам речевого поведения мужчин в виде таблицы (см. табл. 10). Признаки речевого поведения мужчин, которые вошли в ядро, ядерную и предъядерную зону стереотипов какой-либо из социальных групп, представлены в данной таблице. Остальные признаки и их частоты даны в таблице 5 Приложения.

Таблица 10

**Частота признаков речевого поведения мужчин
в общественном и групповом языковом сознании (абс.)**

Признак	Всего	Гендер		Возраст		Образование		Специальность	
		М	Ж	1	2	В	С	Г	НГ
логичность	<u>69</u>	<u>35</u>	<u>34</u>	<u>33</u>	<u>36</u>	<u>36</u>	<u>33</u>	<u>42</u>	<u>27</u>
грубость	38	22	16	21	17	21	17	13	25
неэмоциональность	37	12	25	21	16	19	18	26	11
инвективы	36	14	22	22	14	16	20	(8)	28
краткость	31	13	18	20	11	24	(7)	17	14
предметность	28	10	18	18	10	15	13	13	15
четкость	22	(9)	13	18	(4)	13	(9)	(8)	14
аргументативность	20	(9)	11	(4)	16	12	(8)	18	(2)
отрывистость	20	(3)	17	12	(8)	13	(7)	12	(8)
громкость	(17)	(8)	(9)	12	(5)	(9)	(8)	(7)	10
немногословность	(16)	12	(4)	(7)	(9)	(9)	(7)	(9)	(7)
доминирование в ходе беседы	(16)	(7)	(9)	(9)	(7)	12	(4)	(6)	10
уверенность	(14)	(6)	(8)	(9)	(5)	(8)	(6)	(3)	11
прямолинейность	(13)	(8)	(5)	(6)	(7)	(8)	(5)	(2)	11
рациональность	(13)	(7)	(6)	12	(1)	(6)	(7)	(6)	(7)
Всего	390	175	215	224	166	221	169	190	200

Рассмотрим стереотип речевого поведения мужчин в общественном сознании. Как видно из таблицы 10, в ядро общего стереотипа речевого поведения мужчин попадает один признак ‘**логичность**’, актуализированный сло-

вами и словосочетаниями *логически выстроена, несет четкий смысл, понятная, последовательность изложения, причинно-следственные связи* (69 реакций).

Тесно связанными по значению с признаком **‘логичность’** оказываются признаки ядерной зоны **‘краткость’** (слова *краткость, емкость, лаконичность* – 31 реакция), **‘предметность’** (слова и словосочетания *запланированность высказываемого, конкретность, общение на точно заданную тему, обдуманность говоримого, предметность, продуманность, сконцентрированность на главной теме разговора, точность, точно определенные темы для общения* – 28 реакций) и признаки предъядерной зоны **‘четкость’** (слова *внятность, отчетливая, хорошо поставленная, четкость, членораздельность* – 22 реакции), **‘аргументативность’** (слова *аргументативность, доказательность, рассудительность, убедительность* – 20 реакций) и **‘отрывистость’** (слова *отрывистость, обдумывание дальнейшей фразы, паузы хезитации, подыскивание слов, рубленные фразы* – 20 реакций). Таким образом, ядро, ядерная и предъядерная зоны общего стереотипа оказываются семантически взаимосвязанными. Все указанные признаки формируют стереотип логичности речевого поведения мужчин. Признак периферийной зоны **‘рациональность’** (слова *рациональность, взвешенность, основанность на фактах и здравом смысле* – 13 реакций) дополняет представление социума о логически выстроенной речи мужчин.

Речь мужчин оценивается носителями русского языка не только положительно, но и отрицательно, о чем говорит нахождение в ядерной зоне общего стереотипа речевого поведения мужчин признаков **‘грубость’** (слова *агрессивность, грубость, грубая, резкость, хамство* – 38 реакций) и **‘инвективы’** (слова *брань, инвективы, мат, ненормативная, нецензурная лексика* – 36 реакций). В языковом сознании общества складывается, таким образом, стереотип грубого речевого поведения мужчин.

Кроме того, мужчин в отличие от женщин (см. описание общего стереотипа речевого поведения женщин), считают неэмоциональными и немногословными. Актуализация ядерного признака **‘неэмоциональность’** (слова *неэмоциональность, спокойная, сухость, эмоциональная сдержанность* (37 реакций) и признака периферийной зоны **‘немногословность’**, представленного словами *молчаливость, немногословность* (16 реакций) в языковом сознании общества, подтверждают тот факт, что стереотипы болтливости и эмоциональности на мужчин не распространяются.

Необходимо отметить, что в языковом сознании общества стереотип доминирующего мужского речевого поведения имеет только лишь тенденцию к формированию, о чем свидетельствует нахождение признаков **‘громкость’** (17 реакций), **‘доминирование в ходе беседы’** (слова и словосочетания *доминирование в ходе беседы, высокомерный тон, желание сохранить позицию,*

командная интонация, критичность, настойчивость, напористость, перебивания, формулирование выводов без объяснений – 16 реакций), ‘уверенность’ (14 реакций) и ‘прямолинейность’ (13 реакций) в периферийной зоне общего стереотипа речевого поведения мужчин.

Возможно, включение данных признаков речевого поведения мужчин в периферийную зону связано с тем, что в современном лингвокультурном пространстве считают, что как мужчины, так и женщины демонстрируют одинаковые стратегии речевого поведения по доминированию в силу наличия у них одинаковых социальных ролей и статусов и т.п. Однако данное объяснение может быть только предположением, так как анализ формирования общего стереотипа речевого поведения женщин, напомним, не показал тенденцию к складыванию стереотипа доминирующего речевого поведения женщин в языковом сознании общества (см. описание общего стереотипа речевого поведения женщин).

Далее будет рассмотрено формирование выделенных стереотипов речевого поведения мужчин (стереотипа логичного речевого поведения (см. пункт 4.3.4) мужчин и стереотипа доминирующего речевого поведения (см. пункт 4.3.5) мужчин) в групповом языковом сознании, чтобы продемонстрировать вариативность групповых представлений о речевом поведении мужчин.

4.3. Стереотипы речевого поведения мужчин и женщин в групповом языковом сознании

4.3.1. Стереотип эмоционального/неэмоционального речевого поведения

На сегодняшний день как в западной, так и в отечественной гендерной лингвистике в ряде исследований, сделан вывод о более эмоциональном речевом поведении женщин по сравнению с мужчинами [Вул, Мартынюк 1987; Гётте 2004, 2009; Кавинкина 1999; Коноваленко 2003; Ощепкова 2003; Тихомирова, Никоновайте 1997; Lakoff 1975]. Однако Е.М. Бакушева считает, что «особенности эмоционального проявления у женщин являются следствием исторически сложившихся стереотипов поведения» [Бакушева 1995а: 32–37, 1995б]. Поскольку современное общество позволяет женщине быть более непосредственной в проявлении своих реакций, то характерными чертами ее речевого поведения стали несдержанность, эмоциональность и сентиментальность [там же].

Эмоциональность женщин, по мнению многих лингвистов, проявляется на всех уровнях языка: от фонетического до синтаксического (см. табл. 11).

На основе сопоставления выделенных идентификационных признаков, отражающих особенности мужской и женской речи, исследователи утверждают, что «речь женщин приближена к речи в состоянии эмоционального напряжения» [Ощепкова 2003: 8].

Таблица 11

**Характеристики речевого поведения женщин,
свидетельствующие об «эмоциональности» женщин**

Речь женщин	Речь мужчин
<p>Более высокий уровень основного тона; более широкий голосовой диапазон; способность более свободно менять голосовой регистр; широкое использование скользящих нисходящих и восходящих тонов; а также сложных восходяще-нисходящих или нисходяще-восходящих тонов в пределах одного ударного слога; меньшая громкость; придыхание, лабиализация, назализация [Земская и др. 1993; Медведева, Шевченко 1980; Потапов 1997, 2001, 2002].</p> <p>Богатство палитры интонационных красок: мелодические модуляции, смена высоких регистров, сильная растяжка гласных [Тихомирова, Никоновой 1997]</p>	<p>Использование менее вариативных интонаций [Lakoff 1975].</p>
<p>Использование эмоционально окрашенных прилагательных (с положительными дефинициями: “adorable, divine”), усилительных частиц [Гомон 1990; Lakoff 1975], аффективной лексики [Вул, Мартынюк 1987].</p> <p>Использование неопределенных, растянутых во времени, эмоционально насыщенных имен качества и состояния [Кавинкина 1999]</p>	<p>Присутствие в речи стилистически нейтральной оценочной лексики [Земская и др. 1993]</p>
<p>Употребление глаголов чувственного восприятия [Гётте 2004, 2009]</p>	<p>Употребление в речи глаголов, вербализующих мыслительные процессы [Гётте 2004, 2009]</p>

Речь женщин	Речь мужчин
Использование суффиксов со значением уменьшительности, ласкательности [Кавинкина 1999; Коноваленко 2003]. Тенденция к гиперболизированной номинации предметов и явлений [Вул, Мартынюк 1987; Тихомирова, Никоновайте 1997], широкое функционирование слов-интенсивов, конструкций «наречие+наречие» [Lakoff 1975; Земская и др. 1993]	Однообразие приемов при передаче эмоционального состояния и эмоций [Гомон 1990]. Конкретность, мотивированность, рационалистичность оценок [Ягубова 1998]
Функционирование конструкций с местоимениями «такой, так, какой», отмеченных как положительной, так и отрицательной коннотацией [Кавинкина 1999]	
Большое количество слов, описывающих чувства, эмоции; употребление глаголов, передающих эмоционально психологическое состояние человека [Болтенко 2002]	Использование конкретных имен качества, ограниченных во времени имен состояния [Кавинкина 1999]
Употребление слов с четкой позитивной или негативной коннотацией со значением семантической безысключительности; слов, закрепленных в языке для выражения эмотивной функции [Ощепкова 2003]	
Стремление к использованию оценочной лексики: значимость эмоциональных оценок и тенденция к преувеличению оценок и эмоций, которая выражается в более частом использовании интенсификаторов [Ягубова 1998]	Стремление к точности наименования предметов [Земская и др. 1993]
Большая встречаемость в речи прилагательных и наречий [Гейдж, Бенфорд 1993; Крючкова 1975, 1976]	Использование преимущественно существительных и глаголов [Гейдж, Бенфорд 1993]
Использование вопросительной интонации в утвердительных высказываниях [Двинянинова 2002]	Использование утвердительной интонации в высказываниях [Двинянинова, 2002]

Речь женщин	Речь мужчин
Частое использование вопросительных и восклицательных предложений [Пушкарева 2001; Тихомирова, Никоновайте 1997]	
Предложение есть «механическое соединение идей и деталей» [Антинескул 1998а,б, 2000]	
Расчлененность в области актуального синтаксиса («прерывистость синтаксической цепочки») [Ощепкова 2003]	Связность в области актуального синтаксиса [Ощепкова 2003]

Как видно из таблицы 11 женская манера говорения более эмоциональна, нелогична, бессвязна, избыточна в отличие от мужского напористого, уверенного речевого стиля речевого поведения.

Одним из стереотипов, сформированных в языковом сознании общества и различных социальных групп, оказывается стереотип эмоционального речевого поведения женщин, рассмотрение которого в групповом языковом сознании приводим ниже.

Как видно из приведенной выше таблицы 9, самое большое количество реакций было получено на признак **‘эмоциональность’** (80 реакций), что говорит о высокой степени закрепленности представления об эмоциональности речи женщин в общественном языковом сознании.

Однако сопоставление частот реакций разных социальных групп по признакам речевого поведения женщин демонстрирует значительные расхождения в представлениях о речевом поведении женщин в зависимости от факторов «гендер», «образование» и «специальность».

Представим распределение реакций, данных информантами, принадлежащими к восьми исследуемым в работе социальным группам, в виде графиков, на которых видны расхождения между значениями градаций фактора «гендер», «возраст», «образование» и «специальность» (см. рис. 9–12 и табл. 9).

Как видно из таблицы 9 и рис. 9, 10, 11 и 12, представители всех социальных групп разделяют общественный стереотип эмоционального речевого поведения женщин: во всех групповых стереотипах признак **‘эмоциональность’** стоит на первом месте в иерархии признаков речевого поведения женщин и включен в ядро (см. также рис. 19, 20, 21, 22, 23 Приложения).

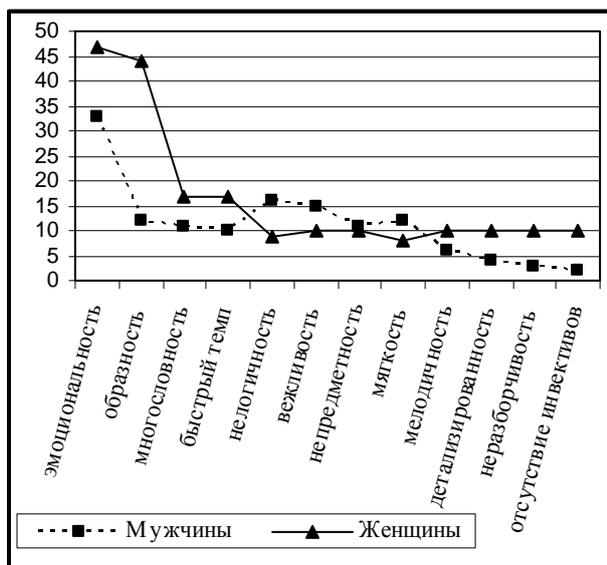


Рис. 9. Распределения частот реакций мужчин и женщин по признакам речевого поведения женщин

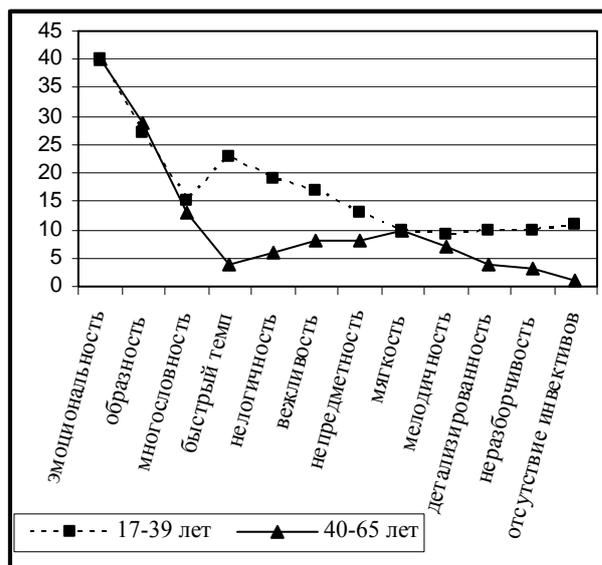


Рис. 10. Распределения частот реакций информантов в возрасте 17–39 лет и 40–65 лет по признакам речевого поведения женщин

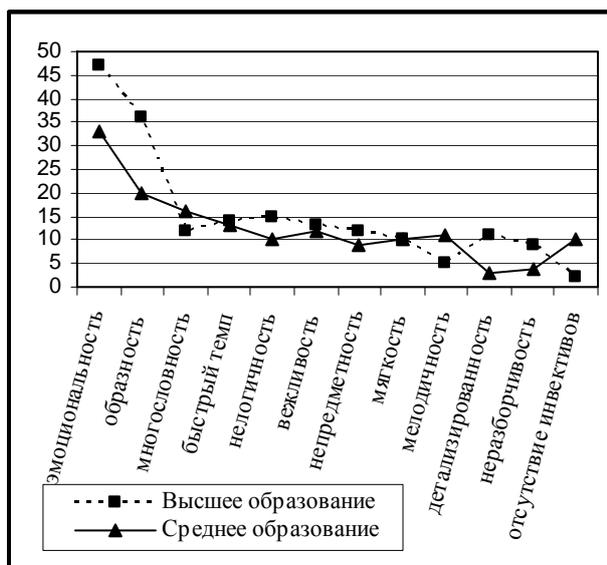


Рис. 11. Распределения частот реакций информантов с высшим и средним образованием по признакам речевого поведения женщин

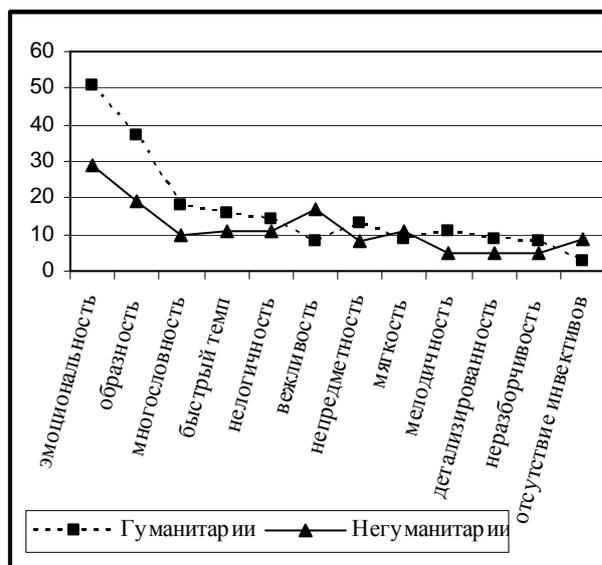


Рис. 12. Распределения частот реакций гуманитариев и негуманитариев по признакам речевого поведения женщин

Однако если посмотреть на распределение реакций по социальным группам, то оказывается, что ГС эмоционального женского речевого поведения формируется прежде всего в языковом сознании гуманитариев (см. рис. 12): они дали самое большое количество реакций на данный признак (51 реакция из 80). Формирование ГС эмоционального речевого поведения женщин в языковом сознании гуманитариев связано, на наш взгляд, с тем, что в этой социальной группе сформированы определенные ожидания эмоцио-

нального речевого поведения женщин. Гуманитарии, в том числе и женщины-гуманитарии, в силу своей профессиональной направленности имеют привычку выражать свои чувства в общении с окружающими. В связи с этим эмоциональность речевого поведения женщин в общении стереотипизируется гуманитариями.

Как видно из рисунков 9 и 11, представление об эмоциональности речевого поведения женщин формируется и в языковом сознании самих женщин и людей с высшим образованием: в отличие от мужчин, женщины дали больше реакций на данный признак (47 реакций женщин и 33 реакции мужчин). Такое же соотношение количества реакций отмечено у информантов с высшим (47 реакций) и со средним образованием (33 реакции). Тот факт, что женщины в большей степени, чем мужчины разделяют данное представление, связан с тем, что женщины оценивают себя, основываясь на сложившихся в общественном языковом сознании традиционных установках по поводу эмоционального женского речевого поведения.

По фактору «возраст» (см. рис. 10) особых различий в распределении реакций по исследуемому признаку не выявлено (получено по 40 реакций от каждой из возрастных групп).

Признак **‘образность’**, как видно из таблицы 9 и рисунков 9, 10, 11 и 12, выделяется в большей степени представителями тех же социальных групп: гуманитариев (37 реакций против 19 реакций негуманитариев), информантов с высшим образованием (36 реакций против 20 реакций информантов со средним образованием) и самими женщинами (44 реакции против 12 реакций мужчин). В языковом сознании указанных социальных групп складывается стереотип образности речи женщин: информанты оказываются внимательными к более конкретным проявлениям эмоциональности речи (например, были получены такие реакции, как *много прилагательных, эмоционально окрашенная лексика*).

Таким образом, женщины, гуманитарии и люди с высшим образованием оказываются более компетентными, чем другие социальные группы, в оценке женского речевого поведения и дают более детальные характеристики речи женщин. Женщины оценивают свое речевое поведение как эмоциональное, яркое и экспрессивное, в отличие от мужчин, которые дали на исследуемый параметр небольшое количество реакций: признак **‘образность’** (12 реакций) в структуре группового стереотипа женского речевого поведения, сформированного в языковом сознании мужчин, оказывается в предъядерной зоне (см. табл. 9 и рис. 20 Приложения).

Признак **‘мягкость’**, как видно из таблицы 9 и рисунков 10, 11 и 12, выделяется в равной степени информантами младшей (10 реакций) и старшей (10 реакций) возрастной групп, гуманитариями (9 реакций) и негуманитария-

ми (11 реакций), людьми с высшим (10 реакций) и средним (10 реакций) образованием. Однако по распределениям частот реакций по фактору «гендер» (см. табл. 9 и рис. 9), можно судить о том, что данный стереотип формируется преимущественно мужчинами (12 реакций мужчин и 8 реакций женщин). Выделение этой характеристики мужчинами связано, на наш взгляд, с тем, что в мужском языковом сознании сформированы ожидания от речевого поведения женщин: они хотят видеть в речи женщин проявления нежности. Однако мужчины не дают конкретных лингвистических признаков, таких, например, как уменьшительно-ласкательные суффиксы, ласковые обращения к детям и т.п. (см. табл. 11): они оценивают женскую речь обобщенно.

Как видно из таблицы 9 и рисунков 9, 11 и 12, фонетический признак проявления эмоциональности речи женщин **‘мелодичность’** выделяется женщинами (10 реакций женщин и 6 реакций мужчин), гуманитариями (11 реакций гуманитариев и 5 реакций негуманитариев) и информантами со средним образованием (11 реакций против 5 реакций информантов с высшим образованием). В языковом сознании младшей и старшей возрастных групп фонетический аспект восприятия речи женщин не стереотипизируется, о чем свидетельствует нахождение признака **‘мелодичность’** (9 и 7 реакций соответственно) на периферии групповых стереотипов речевого поведения женщин (см. рис. 10 и рис. 22 и 23 Приложения). Представители возрастных групп 17–39 лет (9 реакций) и 40–62 года (7 реакций) не обнаруживают особых различий в оценке эмоциональности речи женщин, очевидно фактор «возраст» на формирование исследуемого стереотипа не влияет (см. рис. 10).

В ходе анализа признаков, характеризующих мужское речевое поведение, был выявлен один признак **‘неэмоциональность’**, связанный с проанализированным выше ГС эмоциональности речевого поведения женщин. Как видно из приведенной выше таблицы 10, в языковом сознании общества функционирует ГС неэмоционального речевого поведения мужчин (37 реакций).

Однако сопоставление частот реакций разных социальных групп по признакам речевого поведения мужчин демонстрирует значительные расхождения в представлениях о речевом поведении мужчин в зависимости от факторов «гендер» и «специальность».

Представим распределение реакций, данных информантами, принадлежащими к восьми исследуемым социальным группам, в виде графиков, на которых видны расхождения между значениями градаций фактора «гендер», «возраст», «образование» и «специальность» (см. рис. 13–16 и табл. 10).

По результатам анализа распределений частот реакций информантов разных социальных групп по признакам речевого поведения мужчин оказывается, что ГС неэмоциональности речи мужчин формируется, как видно из рисунков 13 и 16, прежде всего в языковом сознании женщин (25 реакций жен-

щин и 12 реакций мужчин) и гуманитариев (26 реакций гуманитариев и 11 реакций негуманитариев). Разница в частотах реакций мужчин/женщин, гуманитариев/негуманитариев по признаку 'неэмоциональность' составила более 7 единиц.

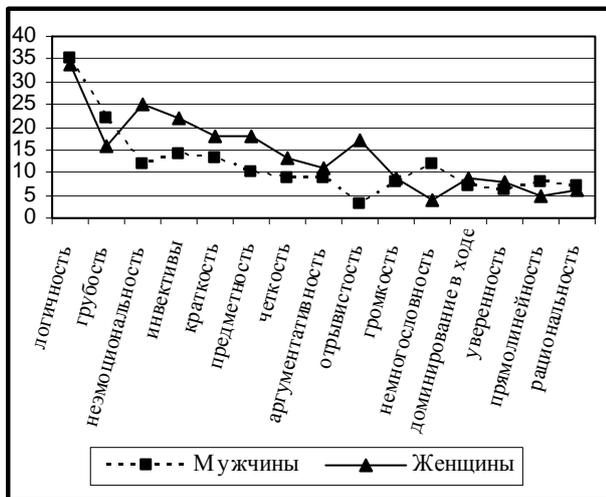


Рис. 13. Распределения частот реакций мужчин и женщин по признакам речевого поведения мужчин

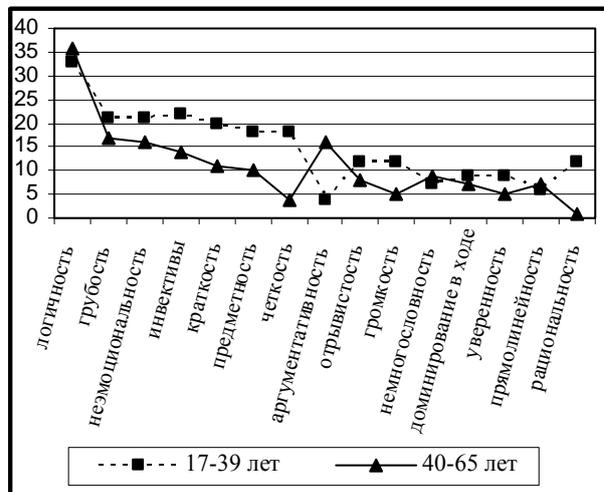


Рис. 14. Распределения частот реакций информантов в возрасте 17–39 лет и 40–65 лет по признакам речевого поведения мужчин

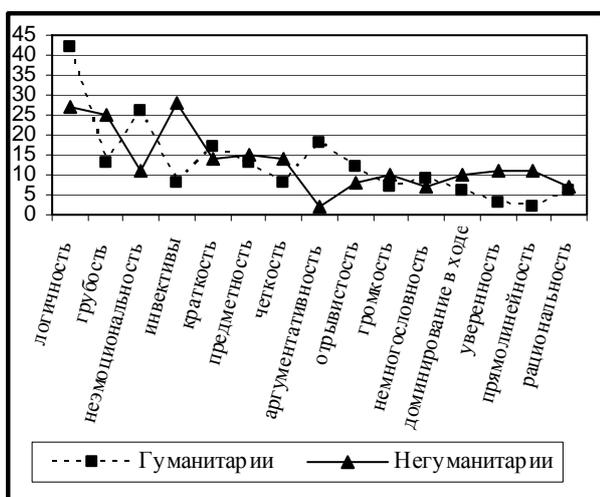


Рис. 15. Распределения частот реакций информантов с высшим и средним образованием по признакам речевого поведения мужчин

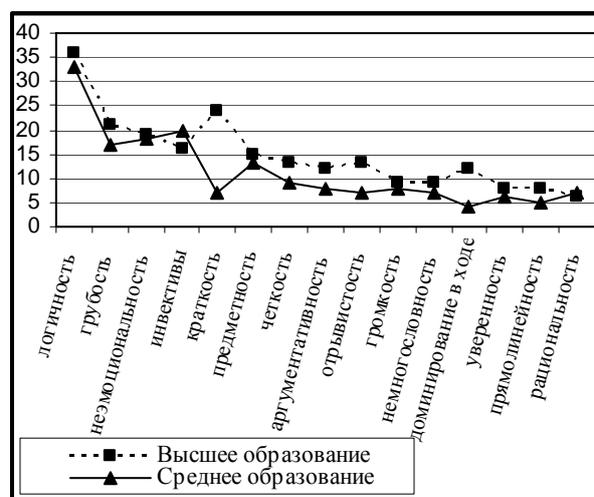


Рис. 16. Распределения частот реакций гуманитариев и негуманитариев по признакам речевого поведения мужчин

Возможно, представители указанных социальных групп склонны ожидать более эмоционального речевого поведения мужчин в коммуникации. Тем не менее их ожидания от мужского речевого поведения формируются как своеобразная «проекция» собственного речевого поведения: женщины и гуманитарии, как видим, дали больше реакций на признаки женского речевого

поведения, связанные с проявлениями эмоциональности, что связано, по всей видимости, с тем, что женщины и гуманитарии сами обычно чаще проявляют эмоции в речи, в отличие от представителей других социальных групп.

Таким образом, анализ формирования ГС эмоциональности речевого поведения женщин в языковом сознании различных социальных групп показывает, что данный стереотип формируется в основном женщинами, гуманитариями и людьми с высшим образованием. Представители этих социальных групп дают более детализированные признаки, характеризующие женское речевое поведение как эмоциональное и экспрессивное. Большое количество реакций, данных женщинами на признаки, ассоциируемые с эмоциональностью, свидетельствует о том, что стереотип эмоционального речевого женского поведения функционирует в общественном сознании, но формируется прежде всего в языковом сознании самих женщин: женщины оценивают себя, основываясь на разделяемых всем обществом представлениях о женском речевом поведении. Высокая степень актуализации признаков, связанных с эмоциональностью речевого поведения женщин, в языковом сознании гуманитариев обусловлена представлениями, сформированными в данной социальной группе: гуманитарии в силу своей профессии сами проявляют эмоции в речи и считают эти проявления возможными и для представителей других социальных групп, в том числе и женщин.

4.3.2. Стереотип многословного/немногословного речевого поведения

Стереотип болтливости и чрезмерной разговорчивости женщин является «народным» представлением о различиях мужского и женского коммуникативного поведения. Тем не менее данный стереотип находит свое обоснование и в гендерной лингвистике. Беглость речи и болтливость женщин связывают прежде всего с тем, что женщины, в отличие от мужчин, по своей природе смотрят на вещи не глобально, тоньше отражают суть вещей, вследствие чего их описания приобретают характер чрезмерной детализированности [Беляева 2002]. К тому же женщины превосходят мужчин в скорости восприятия, реакции – отсюда более быстрый темп речи [Гётте 2004, 2009; Женская психология 1994].

Выделяемые разными учеными конкретные характеристики речевого поведения, характеризующие женщин как чрезмерно разговорчивых и болтливых, представлены в таблице 12.

Как видно из таблицы 12, выделенные признаки заставляют лингвистов сделать вывод о том, что женщины предпочитают форму смыслу. Подобные исследования трактуют женский стиль говорения как не имеющий ничего об-

щего с глубоким содержанием, а затрагивающий только явления, не имеющие особой важности.

Таблица 12

**Характеристики речевого поведения женщин,
свидетельствующие о «болтливости» женщин**

Речь женщин	Речь мужчин
Более быстрый темп речи, беглость речи [Женская психология 1994]	Более медленный темп речи [Женская психология 1994]
Употребление за одинаковое количество времени большего количества слов, чем мужчины [Jespersen 1922; Крюčkова 1975]	Употребление за одинаковое количество времени меньшего количества слов, чем женщины [Jespersen 1922; Крюčkова 1975]
Пустые лексемы, эрзац-обозначения, семантически нерелевантные повторы [Ощепкова 2003]	Тексты короче «женских» (как и отдельные предложения), менее динамичны и более предметны [Пушкарева 1999]
Излишняя детализированность при описаниях [Беляева 2002]	Меньшая разговорчивость и меньший объем общения [Пиз 2000; Стернин 2001]
Многословность [Гётте 2004, 2009]	Лаконичность и регламентированность общения [Гётте 2004, 2009]
Наличие в повествовании мелких подробностей, с постепенным нагнетанием напряжения, рассказ о главном в конце всей истории [Гейдж, Бенфорд 1993; Стернин 2001]	Изобилие пауз, актов молчания, демонстрирующих доминирующую функцию мужчин – медитативную [Гётте 2004, 2009]

Однако по данным социолингвистических исследований на степень проявления женских и мужских речевых характеристик может влиять не только принадлежность к определенному полу, но и другие социальные характеристики личности и собственно речевая ситуация. В данном случае представляется весьма интересным и обоснованным исследование Д. Спендера, который проанализировав 16 записей женщин-преподавателей университетов с коллегами-мужчинами, подсчитал время, занятое каждым собеседником. После этого был задан один и тот же вопрос информантам: достаточно ли справедлива их роль и доля участия в разговоре. Все женщины ответили утвердительно, одна из них заявила, что говорила больше, чем это было нужно. По подсчетам оказалось, что они говорили от 8 до 38 % от общего времени, по сравнению с мужчинами, которые говорили от 58 до 75 % от общего времени и при этом, отвечая на поставленный в ходе эксперимента вопрос, сказали, что не получили достаточной возможности высказаться [Spender 1998: 93–99].

Как видим, оценка женщинами собственного речевого поведения, как следует из эксперимента, предопределена гендерным автостереотипом чрезмерной разговорчивости и болтливости женщин. Результаты эксперимента Д. Спендера показывают, что у мужчин и женщин сформированы одинаковые представления о речевом поведении женщин и ожидания соответствующего поведения: речь женщины представляет собой пример болтливости. В целом «болтливость» обычно приписывают всем женщинам, т.е. в обществе и языковом сознании носителей языка сформирован своеобразный ярлык, который «навешивается» на женщин каждый раз, когда они вступают в коммуникацию с противоположным полом.

Выдвигая идею о том, что тексты мужчин короче «женских» (как и отдельные предложения), менее динамичны и более предметны [Пушкарева 1999], нужно быть, на наш взгляд, предельно осторожным в том, чтобы не сделать стереотипных обобщений по поводу женского и мужского речевого поведения. Зачастую происходит обратное: научные результаты трактуются в пользу существующего стереотипа, а данные, противоречащие ему, в расчет не принимаются.

С нашей точки зрения, адекватный методологический подход к исследованию гендера используется в некоторых социолингвистических работах. Приведем в качестве примера результаты экспериментов Т.И. Ерофеевой, направленных на выявление влияния гендерного фактора в устном спонтанном монологе. В данных экспериментах рассматривался синтаксический уровень (лингвистические переменные «длина предложения» и «синтаксическая сложность предложения») [Ерофеева Е.В., Ерофеева Т.И. 2010]. Информантами выступили 12 мужчин и 12 женщин (студенты в возрасте от 18 до 22 лет, преимущественно гуманитарии). Нас в большей степени интересуют результаты наблюдений по параметру «длина предложения». Так, по наблюдениям Т.И. Ерофеевой, некоторые информанты-женщины в монологах продемонстрировали среднюю длину предложения меньше 10 слов, а у других информантов-женщин длина предложения составила от 19 до 38 слов. Такую особенность синтаксической организации речи женщин Т.И. Ерофеева считает проявлением условно называемой «лингвистической несдержанности» или в стереотипном понимании этого феномена – «болтливости». Проведенный эксперимент позволяет предположить, что в речи женщин в большей степени выражена эмоциональная составляющая, что влияет и на темп речи, и на подробность изложения, и на длину предложения. У мужчин значительных завышений или занижений показателя длины предложения не выявлено [там же].

Получив такие противоречивые данные по речевому поведению женщин и мужчин, Т.И. Ерофеева тем не менее не делает вывода о большей длине предложений у женщин: тот факт, что некоторые из женщин употребляют бо-

лее короткие предложения, чем мужчины, не позволил ей сделать такого обобщения. Смеем предположить, что неоднородные данные по параметру «длина предложения» у женщин, возможно, обусловлены при одинаковых показателях возраста и образования темпераментом информантов-женщин. Но опрос на выявление типа темперамента не проводился в эксперименте, поэтому данная мысль остается лишь предположением.

Однако, как показано Т.И. Ерофеевой в эксперименте, проведенном на материале речи выборки информантов, которая была сбалансирована по факторам «возраст», «место рождения», «образование» и «гендер», на параметр «длина предложения» влияют и другие социальные факторы. Таким социальным фактором оказался фактор «образование»: «у лиц с высшим образованием длина предложения <...> больше, чем у лиц со средним образованием» [там же: 33].

Таким образом, эксперименты, проведенные Т.И. Ерофеевой, убедительно демонстрируют, что исследование речевых особенностей у мужчин и женщин нуждается в применении социалингвистических и статистических методик, с помощью которых можно анализировать разнообразие речевого поведения у отдельных индивидов. Трактую те или иные особенности речевого поведения мужчин и женщин, необходимо учитывать влияние и других социальных факторов, действующих совместно с фактором «гендер».

Исследования отечественных, и зарубежных лингвистов феномена «болтливости» женщин проводятся на разном материале: либо на материале художественной литературы [Гётте 2004, 2009], либо на материале живой разговорной речи [Ерофеева Е.В., Ерофеева Т.И. 2010; Spender 1998]. Особенное внимание в этих исследованиях уделяется различиям в речевом поведении мужчин и женщин, в использовании характерной для разных полов лексики, в выборе мужчинами и женщинами тех или иных речевых стратегий и т.д. Выводы разных исследователей могут совпадать или отличаться друг от друга. Все вместе они, бесспорно, представляют общую картину особенностей речевого поведения мужчин и женщин, но эта картина нуждается в верификации, так как все наблюдения сделаны на недостаточно представительном (как с качественной, так и с количественной стороны) материале (и это признают многие лингвисты). А главное – часто выборки информантов не сбалансированы по другим социальным факторам (см. работы Е.Ю. Гётте, И.А. Стернина) и не учитывается то, что такие социальные и психологические факторы, как возраст, воспитание, образование, темперамент, уровень общей культуры, профессия, личная интенция и коммуникативные намерения также оказывают заметное влияние на речевое поведение человека, поэтому трудно определить, что в каждом конкретном случае является результатом влияния именно пола человека, а не других параметров его личности. Добавим к этому, что комму-

никативное поведение не является следствием только внутренней предрасположенности, но, кроме того, определяется как социальными конвенциями и ожиданиями (стереотипами), так и личными интенциями говорящего в конкретной речевой ситуации [Kotthoff 1996].

Далее продемонстрируем, каким образом сформирован стереотип «болтливость женщин» в общественном и групповом языковом сознании. Информанты представили, как уже говорилось, 12 стереотипных признаков речевого поведения женщин, три из которых характеризуют женщин как чрезмерно разговорчивых: **‘многословность’**, **‘быстрый темп’** и **‘детализированность’**.

Итак, по данным, полученным в ходе эксперимента, как видно из таблицы 9, основным признаком женской речи в языковом сознании общества является **‘многословность’** (28 реакций). Однако если посмотреть на распределение реакций по социальным группам (см. табл. 9 и рис. 9–12), то можно заметить, что этот ГС разделяется в большей степени самими женщинами, нежели мужчинами. Как видно из рис. 9, на исследуемый параметр мужчины дали 10, а женщины – 17 реакций. Эти данные подтверждают результаты эксперимента Д. Спендера, в котором женщины оценили свое речевое поведение как «болтливость»: женщины сами себя оценивают в свете существующих в обществе представлений о женском речевом поведении.

Возрастные социальные группы 17–39 лет и 40–62 года, как видно из таблицы 9 и рисунка 10, не обнаруживают особых различий при оценке многословности женщин: информантами дано приблизительно равное количество реакций (15 и 13 соответственно). Это может означать, что в любом возрасте люди ориентируются на социальные стереотипы, в том числе и на ГС речевого поведения.

Оценивая рассматриваемый параметр, гуманитарии, как видно из таблицы 9 и рисунка 12, дали довольно большое количество реакций (18 реакций), что говорит о том, что они в большей степени, чем негуманитарии (10 реакций), разделяют ГС «болтливость женщин». То, что гуманитарии считают женщин более разговорчивыми, является, на наш взгляд, вполне закономерным явлением. Дело в том, что формирование ГС речевого поведения происходит в рамках той социальной группы, к которой принадлежит коммуникант. Это означает, что его представления будут формироваться под влиянием групповых представлений. Как известно, представители гуманитарных профессий связаны с общением, все они (а не только женщины) вынуждены постоянно контактировать с людьми и много говорить в силу своей профессиональной деятельности.

Информанты со средним образованием также считают женщин многословными, о чем свидетельствует наличие признака **‘многословность’**

(16 реакций) в ядерной зоне группового стереотипа женского речевого поведения (см. табл. 9 и рис. 25 Приложения). В отличие от лиц с высшим образованием, люди со средним образованием не обладают достаточными научными знаниями по вопросам различий между мужской и женской речью и разделяют в большей степени общественные «наивные» представления о речевом поведении женщин.

По признаку **‘быстрый темп речи’** также наблюдаются заметные расхождения в распределении частот реакций информантов. Как видно из таблицы 9 и рисунка 9, женщины разделяют общественное представление о том, что женская речь более тороплива, чем мужская (17 реакций женщин и 10 реакций мужчин).

Однако, как видно из таблицы 9 и рисунка 10, представители второй возрастной группы (40–62 года) не придерживаются данного ГС речевого поведения: информантами в возрасте 17–39 лет было дано 23 реакции, а информантами в возрасте 40–62 года было дано всего 4 реакции на этот признак, характеризующий женщин как болтливых, вследствие чего он оказался на периферии группового стереотипа женского речевого поведения (см. рис. 23 Приложения). Это объясняется, на наш взгляд, тем, что представители более старшей возрастной группы взаимодействуют преимущественно с людьми того же возраста. В результате у них формируются представления и ожидания определенного речевого поведения соответственно их возрастной группе. Известно, что с возрастом речь может стать более медленной и размеренной в силу затухания психологических процессов и ведения менее активной социальной жизни [Спивак, 2000].

По факторам «образование» и «специальность», как видно из таблицы 9 и рисунков 11 и 12, различий в представлениях о быстром темпе речи женщин не выявлено: разница в частотах реакций информантов с высшим (14 реакций) и средним (13 реакций) образованием, гуманитариев (16 реакций) и негуманитариев (11 реакций) составила менее 7 единиц. Приписывание признака **‘быстрый темп’** женской речи не зависит от уровня и профиля образования.

Такой признак речи женщин, как **‘детализированность’**, как видно из таблицы 9 и рисунков 9–11, приписывается женщинам преимущественно самими женщинами (10 реакций женщин и 4 реакции мужчин), а также информантами в возрасте 17–39 лет (10 реакций информантов в возрасте 17–39 лет и 4 реакции информантов в возрасте 40–65 лет) и информантами с высшим образованием (11 реакций информантов с высшим образованием и 3 реакции информантов со средним образованием). Видимо, этот ГС формируется прежде всего представителями данных социальных групп.

Мужское же речевое поведение, как это видно из приведенной выше таблицы 10, оценивается практически всеми информантами как немногослов-

ное: признак **‘немногословность’** (16 реакций) соотносится со стереотипом неразговорчивости мужчин, в отличие от женщин. Однако эта речевая особенность, как видно из таблицы 10 и рисунка 13, в большей степени выделяется самими мужчинами (12 реакций), нежели женщинами (4 реакции): разница в частотах распределения реакций составила более 7 единиц. Женщины, возможно, склонны считать мужчин разговорчивыми. Тем не менее, признак **‘болтливость / многословность’** не был дан женщинами в качестве характеристики мужского речевого поведения. По факторам «возраст», «образование» и «специальность» различий в представлениях о немногословности мужчин не выявлено: на исследуемый параметр информанты младшей и старшей возрастных групп (7 и 9 реакций соответственно), информанты с высшим и средним образованием (9 и 7 реакций соответственно) и информанты гуманитарной/негуманитарной специальностей (9 и 7 реакций соответственно) дали практически равное количество реакций (см. рис. 14–16).

Таким образом, нами были проанализированы особенности формирования ГС «болтливости» женщин в языковом сознании представителей различных социальных групп.

Социолингвистическое изучение формирования ГС в языковом сознании представителей различных социальных групп представляет, таким образом, особый практический интерес по причине того, что именно социальные группы являются такими образованиями, в которых зарождаются, преобразуются и формируются общественное мнение и представления, в том числе и о поведении мужчин и женщин. Результаты нашего эксперимента свидетельствуют о том, что стереотип «болтливость женщин» формируется в общественном сознании, но функционирует прежде всего в женском языковом сознании. Наличие довольно большого количества реакций женщин, данных на характерные речевые проявления «болтливости», обусловлено сформированным в общественном сознании стереотипом «болтливости» женщин. Женщины сами себя оценивают в свете существующих в обществе представлений о женском речевом поведении.

4.3.3. Стереотип вежливого/невежливого речевого поведения

Работа представителя феминистской лингвистики Р. Лакофф «Язык и место женщины», которая считала женское поведение гиперкорректным и вежливым, надолго сформировала в гендерной лингвистике мнение о том, что это действительно так. Идею о более вежливом и корректном речевом поведении женщин связывали преимущественно с подчиненным положением женщин в патриархальном обществе, с отсутствием у них власти и с необходимостью женщин «подстраиваться» под доминирующее речевое поведение

мужчин [Deuchar 1989; Lakoff 1975]. Языковые средства и стратегии, выбираемые женщинами с целью быть более вежливыми в коммуникации, показаны в таблице 13.

Таблица 13

Характеристики речевого поведения женщин, свидетельствующие о вежливом и корректном речевом поведении женщин

Речь женщин	Речь мужчин
Использование интонационных образцов, ассоциирующихся с выражением вежливости [Brend 1975]	Использование интонационных образцов, ассоциирующихся с выражением категоричности [Brend 1975]
Употребление восходящего тона с целью выражения некатегоричности и неуверенности [Lakoff 1975]	
Употребление эвфемизмов [Deuchar 1988; Jespersen 1922]	Употребление неконвенциональной лексики, сленга [Купина, Шалина 1998; Coates, Cameron 1988, 1989; Jespersen 1922]. Плохое понимание подтекста, намеков, негативное реагирование на косвенные просьбы [Стернин 2001]
Использование вежливых грамматических форм [Lakoff 1975]	Использование средств вербальной агрессии [Горошко 2002]
Меньшее присутствие в речи инвективов, чем в речи мужчин [Земская и др. 1993]	Использование грубых инвективов, стилистически сниженной, грубой и бранной лексики [Гётте 2004, 2009; Земская и др. 1993; Жельвис 1997; Стернин 1999, 2001, 2008]. Использование довольно грубых прозвищ в обращении к собеседнику [Пиз 2000]
Употребление разделительных вопросов [Lakoff 1975; Fishman 1978, 1998; Hartman 1976]	
Использование косвенных просьб, а не приказов [Земская и др. 1993; Пиз 2000; Trudgill 1974]; гиперкорректность и тактичность в формулировке приказов; внимательность к нуждам собеседника [Kendal, Tannen 1997]	Употребление прямых просьб и приказов [Беляева 2002; Земская и др. 1993; Пиз 2000; Trudgill 1974]
Меньшая категоричность речи [Двинянинова 2002]	Резкая манера разговора [Jespersen 1922]

Речь женщин	Речь мужчин
«Гиперкорректное» речевое поведение [Coates 1989, 1993; Trudgill 1974; Thore Kramaree, Henly 1983]	Склонность к конфликтной коммуникации [Горошко 2002]. Категоричность в формулировках и формулирование утверждений безапелляционным тоном [Гейдж, Бенфорд 1993; Стернин 2001]
Большая доля вежливых форм [Беляева 2002; Мартынюк 1988; 1992]	Меньшая доля вежливых форм [Беляева 2002; Мартынюк 1988; 1992]
Стремление к ненарушению очередности в разговоре и тенденция извиняться за излишнюю болтливость [Coates 1993]	Стремление к спорам [Беляева 2002] и желание показать свою правоту, склонность к оспариванию заявлений и утверждений партнера, склонность выражать несогласие [Гейдж, Бенфорд 1993; Стернин 2001], использование перебивов [Беляева 2002; Гётте 2004, 2009; Coates 1993]. Тактика соперничества и частое перебивание партнера по коммуникации [Беляева 2002; Мартынюк 1992; Пиз 2000; Стернин 2001]. «Психологическая глухота», заключающаяся в неспособности в процессе беседы реагировать на происходящее вокруг, и всецелое поглощение темой разговора [Земская и др. 1993; Пиз 2000]
Использование ответных комплиментов [Коноваленко 2003]	Сокращение этикетных формул, ограничение сообщения высказыванием только содержательной информации [Гётте 2004, 2009]

Однако встречаемость выделенных признаков в речи мужчин и женщин не столь абсолютна, как это представляется по данным приведенной таблицы 13. Так, например, такой признак женской речи, как использование разделительных вопросов, впервые был выделен в исследованиях Р. Лакофф, затем это было подтверждено в исследованиях П. Фишмана на материале экспериментальных записей бесед супругов [Fishman 1998] и М. Хартмана на материале бесед пожилых людей [Hartman 1976]. В дальнейшем этот признак был оспорен реальными наблюдениями над речью в академической сфере [Crouch, Dubois 1975], в неформальных беседах студентов [Lapadat, Seesahai 1977],

в профессиональной сфере [Jones 1980], в художественной речи [Пермякова, Гаранович 2009]. Разделительные вопросы согласно указанным исследованиям встречаются в равной степени как в речи женщин, так и в речи мужчин.

Оказалось, что немаловажно, какое значение имеют разделительные вопросы. Так, Дж. Холмс выделяет разделительные вопросы, которые имеют референциальное значение (характеризуются подъемом интонации: такой тип вопросов выражает обычно неуверенность по поводу высказывания) и также выделяет фасилитивные, означающие солидарность, использующиеся с целью вовлечения собеседника в разговор и смягчающие категоричность высказывания, разделительные вопросы. В своем эксперименте Дж. Холмс демонстрирует, что женщины чаще, чем мужчины используют фасилитивные вопросы (59 против 10 % у мужчин), в то время как мужчины отдают предпочтение вопросам с референциальным значением (61 против 35 % у женщин) [Holmes 1987].

ГС более вежливого речевого поведения женщин не находит подтверждения в целом ряде лингвистических исследований. Так, П. Браун, исследовав речевое общение индейцев майя, говорит о том, что женщины прибегают в коммуникации как к позитивной вежливости, так и к негативной, которая заключается в том, что коммуникант, выбравший такую тактику формально признает мнение собеседника и соглашается с ним, но на самом деле совершенно с ним не согласен, однако не показывает своего раздражения [Brown 1987].

Так и использование комплиментов в общении между мужчинами и женщинами может иметь разные коммуникативные задачи. Например, Дж. Холмс, анализируя дискуссии между мужчинами и женщинами в академической среде, приходит к выводу, что женщины действительно в большей мере ориентируются на партнеров по коммуникации. Однако у коммуникантов наблюдаются разные стратегии вежливости. Так, для женщин комплимент является способом показать, что они разделяют точку зрения собеседника и таким образом выражают к нему симпатию. Мужчины также остаются предельно вежливыми в ходе разговора с женщинами, но использование комплимента для них – это прежде всего демонстрация покровительства над женщинами [Holmes 1995].

Более корректное и вежливое женское речевое поведение является своеобразным средством речевой «манипуляции», но, как видим, может не соотноситься с реальным речевым поведением женщин.

Как компонент коллективного и индивидуального сознания, гендер проявляется в стереотипах речевого поведения и собственно в речевом поведении индивидов. Пример стереотипных представлений о мужском и женском стиле речи приводит Д. Камерон. Женщины считаются более эмпатичными и доб-

рожелательными, поэтому в любой из сфер обслуживания считается, что именно женский стиль речи будет приятен клиенту. Д. Камерон проанализировала коммуникативный стиль, предписанный работникам телефонной справочной службы в Англии для общения с клиентами. Этот стиль и в самом деле во многом повторяет стереотипные представления о «женском» стиле речи. Его характерными особенностями являются, например, экспрессивная интонация, четкая паузация, отсутствие перебивов и прерываний собеседника, вербальная демонстрация заинтересованности и внимания к словам собеседника. Автор говорит о том, что подобный стиль характерен для профессиональной коммуникации персонала с клиентами и в других секторах сферы обслуживания и приводит в пример фрагменты из корпоративных пособий и профессиональных должностных инструкций. Все эти инструкции требуют от сотрудников, чтобы их речь демонстрировала доброжелательность, вежливость и искренний интерес и внимание к клиенту [Cameron 1992, 1998: 323–347].

Таким образом, социолингвистические исследования приводят к выводу о том, что определенные ожидания от речевого поведения женщин существуют. И прежде всего индивиды ждут от женщин неконфликтного, вежливого стиля речевого поведения. Однако женщины, прекрасно зная о существовании подобных установок в языковом сообществе, могут их принимать или не принимать.

Показательно в данном случае исследование японского лингвиста Окамото. Применяя социолингвистический подход к изучению аудиозаписей неформальных бесед 10 токийских девушек, автор приходит к выводу, что данный стереотип может переосмысляться в языковом сознании женщин. Известно, что в японском языке мужские и женские стили речевого поведения значительно различаются. В Японии достаточно сильны языковые нормы. Традиционно считается, что женский стиль речевого поведения характеризуется вежливостью, мягкостью и некатегоричностью. Но анализ речи современных японок демонстрирует совершенно другую картину: молодые женщины отходят от традиционных ГС речевого поведения и в их речи проявляются признаки мужской речи, в частности, оказывается, что такой признак, как частица *wa* (с подъемом интонации), охарактеризованная в научной литературе как признак женского стиля коммуникативного поведения, встретился в речи информантов-женщин всего лишь дважды. Однако учет социальной стратификации женщин по возрасту приводит к наблюдению о том, что женщины более старшего поколения все же демонстрируют свою близость к традиционному стилю речевого поведения. Молодым же японкам, активно задействованным в социальной жизни общества, необходимо поддерживать свой социальный статус и быть наравне с мужчинами в профессиональной сфере [Okamoto 1995: 298]. Выбор той или иной речевой стратегии в данной ситуации

имеет осознанный характер и обусловлен профессиональной деятельностью женщин.

Итак, зная об ожиданиях вежливого речевого поведения в обществе, женщины могут моделировать и изменять свои стратегии речевого поведения в зависимости от своих собственных намерений.

Далее рассмотрим, в языковом сознании каких социальных групп стереотип вежливого и корректного женского речевого поведения актуализирован в большей степени.

Как видно из таблицы 9, признак **‘вежливость’** представлен 25 реакциями и входит в ядерную зону стереотипа, сформированного в общественном языковом сознании. Однако по распределению реакций информантов, принадлежащих к различным социальным группам, очевидно, что стереотип вежливого речевого поведения формируется, как видим из рисунков 10 и 12, в языковом сознании информантов в возрасте 17–39 лет (17 реакций информантов младшей возрастной группы и 10 реакций информантов старшей возрастной группы) и негуманитариев (17 реакций негуманитариев и 8 реакций гуманитариев). Данный стереотип формируется, на наш взгляд, под влиянием того, что именно представители указанных социальных групп имеют своеобразные ожидания «неконфликтного» речевого поведения женщин и настроены на тактику «подстраивания» под собеседника.

Тем не менее мужчины считают, что женщины используют инвективную лексику, женщины же не считают, что проявляют грубость в речи. На признак **‘отсутствие инвективов’** от информантов-мужчин, как видим из таблицы 9 и рисунка 9, получено меньше реакций (2 реакции), чем от информантов-женщин (8 реакций). Грубыми женщин также считают, как следует из рисунков 10 и 11, информанты более старшей возрастной группы (11 реакций информантов в возрасте 17–39 лет и 1 реакция информантов в возрасте 40–65 лет) и информанты с высшим образованием (2 реакции информантов с высшим образованием и 10 реакций информантов со средним образованием). Данное распределение реакций может свидетельствовать о том, что некоторыми представителями упомянутых выше социальных групп использование женщинами инвективной лексики оценивается отрицательно, и представление о том, что женщины используют бранную лексику, постепенно становится стереотипом.

Из проанализированных 15 стереотипных признаков, описывающих особенности мужской речи, два из представленных информантами признаков **‘грубость’** и **‘инвективы’** (см. табл. 10) оказались соответствующими стереотипу вежливого женского речевого поведения и грубости мужской речи.

Признак **‘грубость’** упоминался в общем массиве реакций, как видно из таблицы 10, 38 раз, что намного больше, чем было дано на признак женской

речи **‘вежливость’** (25 реакций). Стереотип о грубом речевом поведении мужчин и их невежливости прочнее закреплён в языковом сознании общества и разделяется представителями практически всех социальных групп, о чем свидетельствует наличие признака **‘грубость’** в ядерных зонах групповых стереотипов речевого поведения (см. табл. 10 и рис. 29–36 Приложения). Данный признак выделяется самими мужчинами (22 реакции из 38), информантами в возрасте 17–39 лет (21 реакция из 38), негуманитариями (25 реакций из 38) и информантами с высшим образованием (21 реакция из 38). Таким образом, видим, что в мужском языковом сознании складывается представление как о резкости собственной речи, так и о грубости женской (см. выше).

Однако, если посмотреть на распределение частот реакций по социальным группам, то оказывается, что данный стереотип разделяется не всеми членами лингвокультурного сообщества.

Так, по признаку **‘грубость’**, как видно из таблицы 10 и рисунка 16, разница в частотах реакций информантов-гуманитариев (13 реакций) и информантов-негуманитариев (25 реакций) составляет более 7 единиц. Подобное неравное распределение реакций может свидетельствовать о том, что негуманитарии оказываются более «чувствительными» к проявлениям грубости в речи женщин, и поэтому данная черта речевого поведения мужчин стереотипизируется в языковом сознании негуманитариев в большей степени, нежели в языковом сознании других социальных групп.

Как видно из таблицы 9 и рисунков 13, 14 и 16, разница в частотах реакций женщин (22 реакции) и мужчин (14 реакций), информантов младшей (22 реакции) и старшей (14 реакций) возрастных групп, гуманитариев (8 реакций) и негуманитариев (28 реакций) по признаку **‘инвективы’** составила более 7 единиц. Подобное распределение реакций может свидетельствовать о том, что женщины, информанты в возрасте 17–39 лет и негуманитарии считают, что мужчины склонны использовать инвективную лексику.

Тот факт, что представители более старшего поколения и гуманитарии дали меньшее количество реакций по сравнению с количеством, данным информантами в возрасте 17–39 лет и негуманитариями, свидетельствует, по всей видимости, о том, что в языковом сознании более старшего поколения и гуманитариев функционирует стереотип неприемлемости употребления инвективов в речи. Этот стереотип в данном случае представителями первой возрастной группы и гуманитариями распространяется не только на членов данных социальных групп, но и на всех мужчин в целом.

Таким образом, анализ стереотипа вежливого и корректного речевого поведения женщин формируется в языковом сознании мужчин, представителей более молодого поколения и негуманитариев. Однако мужчины не считают, что женщины избегают употребления инвективной лексики. Мужчины

отмечают проявления грубости как в своей речи, так и в речи женщин. В женском же языковом сознании сформирован стереотип грубости мужской речи и отсутствия грубости в речи женщин.

4.3.4. Стереотип логичного/нелогичного речевого поведения

Психологический постулат о том, что мужчины более рациональны и логичны [Геодакян 1989; Ильин 2003; Кон 2002; Кочарян 1996], определил, как мы видим из таблицы 14, интерпретацию многих наблюдений в гендерной лингвистике [Lakoff 1975; Гётте 2004, 2009]: считается, что женщинам недостает логики в высказываниях, они придают слишком много внимания деталям; речь мужчин более логична и отличается большей синтаксической сложностью. Однако такая особенность речевого поведения, «как синтаксическая сложность», согласно социолингвистическим исследованиям, обусловлена влиянием не только гендерного параметра личности.

Таблица 14

**Характеристики речевого поведения мужчин,
свидетельствующие о логичности речевого поведения**

Речь женщин	Речь мужчин
Использование упрощенных конструкций [Jespersen 1922] и простых предложений [Lakoff 1975]	Употребление предложений с несколькими предикативными центрами [Jespersen 1922]. Предпочтение в использовании сложно-подчиненных предложений [Галяшина 2002; Гомон 1990]
Отсутствие логики в высказываниях [Санников 1999]. Содержание в повествовании нескольких линий разножанрового характера; нарушение хронологической последовательности изложения; разрывы сообщений о факте оценочными суждениями, вербализацией чувств; присутствие множества действующих лиц; детальность, внимание к мелочам; многочисленные переключения мысли с основных тем на второстепенные детали [Гётте 2004, 2009]	Последовательность изложения фактов в повествовании и их выстраивание в логическую цепь; речевая формулировка доказательства проста: на основе логически изложенных фактов выдвижение выводов; обсуждение только одной темы в отдельном речевом акте; основные свойства высказываний – логичность, обобщенность, монотемность [Гётте 2004, 2009]

Так, например, Т.И. Ерофеева при определении синтаксической сложности учитывает количество сочинительных и подчинительных связей внутри сложного предложения [Ерофеева Е.В., Ерофеева Т.И. 2010: 144–149].

Как показало исследование Т.И. Ерофеевой, средний показатель синтаксической сложности, вычисленный по определенной методике (см. в статье Е.В. Ерофеевой, Т.И. Ерофеевой 2010), текстов двенадцати мужчин находится в пределах от 1 до 2. Т.И. Ерофеева выделяет две группы. 10 информантов из 12 имеют средний показатель синтаксической сложности текста в пределах от 1 до 1,6. Двое информантов объединяются в группу со средним показателем синтаксической сложности текстов, равным 2.

Итак, синтаксическая сложность текстов мужчин достаточно однородна и выше, чем у женщин. В группе женщин средний показатель синтаксической сложности текста варьирует в большем диапазоне, чем у мужчин – от 0,5 до 1,9. Выделяются три группы. Первая (из семи информантов) имеет показатель от 1,2 до 1,5; вторая (4 информанта) – от 1,6 до 1,9. Один информант продемонстрировал средний показатель синтаксической сложности текста, равный 0,5 [там же].

Проведенный Т.И. Ерофеевой дисперсионный анализ силы влияния факторов показал, что для признака «синтаксическая сложность» существенным является только один из факторов – «образование». Таким образом, на синтаксическом уровне наиболее важной стратой оказался фактор «образование»: у лиц с высшим образованием длина предложения и степень сложности выше, чем у лиц со средним образованием [Ерофеева Е.В., Ерофеева Т.И. 2010: 144–149].

Таким образом, трактуя те или иные особенности речевого поведения мужчин и женщин, как мы видим, необходимо учитывать и обнаруживать влияние других социальных факторов. При изучении синтаксических особенностей речи мужчин и женщин важен фактор «образование».

Рассмотрим далее, каким образом формируется стереотип логичности речевого поведения мужчин в языковом сознании носителей русского языка.

Информанты представили 15 стереотипных признаков, характеризующих с разных сторон речь мужчин, 7 из которых составляют ГС логичного мужского речевого поведения: **‘логичность’** (всего 69 реакций), **‘краткость’** (всего 31 реакция), **‘предметность’** (всего 28 реакций), **‘четкость’** (всего 22 реакции), **‘аргументативность’** (всего 20 реакций), **‘отрывистость’** (всего 20 реакций), **‘рациональность’** (всего 13 реакций) (см. табл. 10). Довольно большое количество признаков, актуализирующих исследуемый стереотип, свидетельствует о высокой степени его закрепленности в языковом сознании общества.

Однако если проанализировать распределение реакций по социальным группам, то оказывается, что данный стереотип разделяется не всеми членами лингвокультурного сообщества.

Так, например, как видно из таблицы 10 и рисунка 16, на такой признак, как **‘логичность’**, было дано большее количество реакций гуманитариями (42 реакции гуманитариев и 27 реакций негуманитариев), что обусловлено, по всей видимости, их установками на собственную речь: гуманитарии обычно стремятся логично выстраивать свою речь и ожидают такого же речевого поведения от мужчин. По другим социальным факторам («гендер», «возраст», «образование») различий не выявлено: как видно из таблицы 10 и рисунков 13, 14 и 15, разница в частотах реакций мужчин (35 реакций) и женщин (34 реакции), информантов младшей (33 реакции) и старшей (36 реакций) возрастных групп и информантов с высшим (36 реакций) и средним (33 реакции) образованием составила менее 7 единиц. Стереотип логичности мужчин функционирует в языковом сознании всех названных социальных групп (во всех групповых стереотипах признак **‘логичность’** входит в ядро – см. табл. 10 и рис. 28-36 Приложения), но формируется, как видим из распределения частот реакций информантов, в языковом сознании гуманитариев.

Краткой и лаконичной речь мужчин, как видно из таблицы 10 и рисунков 14 и 15, считают информанты в возрасте 17–39 лет (20 реакций 31) и информанты с высшим образованием (24 реакции из 31). Разница в частотах реакций информантов названных социальных групп по признаку **‘краткость’** составила более 7 единиц. По данному распределению реакций можно судить о том, что ГС лаконичности речи мужчин формируется в языковом сознании людей с высшим образованием и представителей более молодого поколения: скорее всего такая речевая характеристика, как краткость, оказывается приоритетной, престижной и одобряемой информантами этих социальных групп.

Женщины и информанты в возрасте 17–39 лет оказываются более внимательны к тому, о чем говорят мужчины. По признаку **‘предметность’** разница в распределении частот реакций женщин (18 реакций) и мужчин (10 реакций), информантов младшей (18 реакций) и старшей (10 реакций) возрастных групп, как видно из таблицы 10 и рисунков 13 и 14, составляет 8 единиц. В языковом сознании женщин и людей более младшего поколения, таким образом, формируется представление о том, что в речи мужчин всегда обозначен предмет разговора.

Представление о том, что речь мужчин должна быть четкой и хорошо поставленной, формируется прежде всего в социальной группе людей в возрасте 17–39 лет: на признак **‘четкость’**, как это видно из таблицы 10 и рисунков 13–16, было получено от женщин 13 реакций из 22, от информантов в возрасте 17–39 лет – 18 реакций из 22, от негуманитариев – 14 реакций из 22, от

информантов с высшим образованием – 13 реакций из 22. Подобное распределение реакций говорит о том, что такая характеристика мужской речи является важной в языковом сознании исследуемых социальных групп: во всех групповых стереотипах данный признак входит в предьядерную зону. Однако разница в распределении частот реакций информантов по фактору «возраст» (см. рис. 14) позволяет сделать вывод о том, что именно для языкового сознания людей в возрасте 17–39 лет этот стереотип наиболее актуален.

Стереотип аргументированности и убедительности речевого поведения мужчин, а также логичности их доказательств, формируется преимущественно в языковом сознании гуманитариев: по признаку **‘аргументативность’**, как видно из таблицы 10 и рисунка 16, разница в распределении частот реакций гуманитариев (18 реакций) и негуманитариев (2 реакции) составляет более 7 единиц. Представление об аргументированности и рассудительности речевого поведения мужчин, как видно из таблицы 10 и рисунка 14, разделяется информантами более старшей возрастной группы (16 реакций), нежели младшей (4 реакции). По всей видимости, в языковом сознании гуманитариев и людей в возрасте 40–65 лет сформировано представление о том, что необходимо быть убедительным в своем речевом поведении, поэтому данное представление распространяется и в целом на всех мужчин.

Несмотря на то, что женщины считают речь мужчин логичной, они отмечают, что речь мужчин отличается отрывистостью и «рубленными» фразами: по признаку **‘отрывистость’**, как видим из таблицы 10 и рисунка 13, наблюдается неравное распределение реакций по фактору «гендер»: информанты-женщины дали 17 реакций, в то время как мужчины – только 3 реакции. Для мужчин данная особенность речевого поведения является скорее способом выстраивания логики высказывания, но в языковом сознании женщин данный признак стереотипизируется и является отличительной чертой мужского речевого поведения. Примечательно, что такая особенность речевого поведения, как расчлененность в области актуального синтаксиса («прерывистость синтаксической цепочки»), является объективной характеристикой речи женщин и приписывается в основном как отличительная черта женщинам [Антинескул 2000; Ощепкова 2003]. По результатам нашего эксперимента видим, что такие характеристики речи, как отрывистость и прерывистость, приписываются мужчинам в женском языковом сознании.

Представление о рациональности речи мужчин складывается в языковом сознании людей младшей возрастной группы: на признак **‘рациональность’**, как видно из таблицы 10 и рисунка 14, информанты в возрасте 17–39 лет представили 12 реакций, в то время как информанты в возрасте 40–65 лет – 1 реакцию. Данный признак для представителей молодого поколения, ведущих активную социальную жизнь, является, по всей видимости, речевой

стратегией успешной социализации в обществе, поэтому этот признак «проецируется» на всех мужчин.

Из 12 стереотипных признаков женской речи (см. табл. 9) были проанализированы следующие 3 признака, связанные со стереотипом проявления логичности в речи мужчин: **‘нелогичность’** (25 реакций), **‘непредметность’** (21 реакция) и **‘неразборчивость’** (13 реакций).

Итак, такой признак женской речи, как **‘нелогичность’**, как видно из таблицы 9 и рисунков 9 и 10, стереотипизируется в бóльшей степени в языковом сознании мужчин (16 реакций), нежели женщин (9 реакций), и информантов в возрасте 17–39 лет (19 реакций), нежели информантов в возрасте 40–65 лет (6 реакций). Разница в распределении частот реакций информантов, таким образом, по факторам «гендер» и «возраст» составила более 7 единиц. Данный стереотип формируется в языковом сознании названных групп, и женщины не считают, что их речь непоследовательна, о чем свидетельствует тот факт, что признак **‘нелогичность’** оказывается на периферии группового стереотипа женского речевого поведения, сформированного в языковом сознании женщин (см. табл. 9 и рис. 20 Приложения).

Представители более младшей возрастной группы (13 реакций из 21), считают, что женщины отступают от заданной темы разговора, и их речь непредметна. На признак **‘непредметность’**, как видно из таблицы 9 и рисунка 11, было получено 13 реакций информантов младшей возрастной группы и 8 реакций информантов старшей возрастной группы. Разница в частотах реакций по фактору «возраст» обусловлена тем, что люди более молодого поколения взаимодействуют преимущественно с людьми той социальной группы, к которой принадлежат. В результате у них формируются представления и ожидания определенного речевого поведения соответственно их социальной группе. По всей видимости, в данной социальной группе принято общаться на определенные темы и не менять тему разговора в ходе беседы. Женщины, скорее всего, в данных социальных группах этого правила не соблюдают, что становится явным для всех остальных членов социальных групп. Данное отступление от нормы речевого поведения, становясь явным, социально не одобряется и постепенно стереотипизируется, распространяясь на всех женщин и становясь отличительной характеристикой женского речевого поведения в языковом сознании людей младшей возрастной группы.

Женщины и информанты возрастной группы 17–39 лет разделяют представление о том, что женское речевое поведение сумбурно и неразборчиво: на признак **‘неразборчивость’**, как видно из таблицы 9 и рисунков 9 и 10, получено от мужчин 3 реакции, от женщин – 10 реакций и от информантов в возрасте 17–39 лет – 10 реакций, от информантов в возрасте 40–65 лет – 3 реакции. Неравное распределение частот реакций информантов по факторам «ген-

дер» и «возраст» говорит в данном случае о том, что женщины относятся довольно критично к своему речевому поведению и признают за собой такую черту речи, как неразборчивость. Возможно, в языковом сознании женщин неразборчивость связана с проявлениями эмоциональности (напомним, что признак **‘эмоциональность’** входит в ядро автостереотипа речевого поведения женщин).

Представители младшей возрастной группы считают, что женская речь неразборчива, что связано, по всей видимости, с тем, что в социальной группе людей в возрасте 17–39 лет принято четко излагать свои мысли. Женщины не всегда соответствуют данному представлению, вследствие чего данный признак речи женщин стереотипизируется в языковом сознании младшей возрастной группы.

Таким образом, анализ формирования стереотипа логичности речевого поведения мужчин показывает, что представления об особенностях мужского речевого поведения и о проявлениях логичности в речи зависят не столько от общественных ожиданий традиционного речевого поведения мужчин, сколько от тех установок на речевое поведение, которые сформированы в той или иной социальной группе в отношении всех членов. Так, например, гуманитарии, информанты в возрасте 17–39 лет и информанты с высшим образованием продемонстрировали тенденцию оценивать речевое поведение мужчин, «проецируя» его на собственное речевое поведение: если в социальной группе гуманитариев принято и считается социально одобряемым выражать свои мысли логично и не отступать от заданной темы разговора, то данные «ожидания» распространяются и проецируются на всех мужчин. Подобная стереотипизация признаков мужской речи подтверждает тезис о том, что социальную группу необходимо понимать как совокупность индивидов, взаимодействующих на основе разделяемых ожиданий каждого члена группы в отношении других.

4.3.5. Стереотип доминирующего/недоминирующего речевого поведения

В гендерной лингвистике распространена точка зрения о том, что мужчины прерывают женщин в коммуникации. Ко всему прочему мужчины меньше, чем женщины, стараются поддержать ход беседы с помощью вербальных средств привлечения внимания. Однако данные таблицы 15 показывают, что недостатком лингвистических исследований [Кавинкина 1999; Lakoff 1975; Zimmerman, West 1975] по верификации данного ГС речевого поведения является то, что не учитывалась роль и влияние других социальных факторов, и результаты интерпретировались зачастую в свете феминисткой

теории [Lakoff 1975] о подчиненном состоянии женщин в обществе и коммуникации. Стереотип о том, что мужчины доминируют в ходе беседы, обусловлен, по всей видимости, существующими в обществе социальными ролями женщин и мужчин. Мужчины занимают лидирующие позиции в социальных сферах, в том числе и в коммуникации с женщинами, которые «подстраиваются» под мужчин с целью избежать осуждения со стороны мужчин.

В таблице 15 представлены результаты исследования особенностей мужской и женской речи, характеризующих мужчин как доминирующих в своем речевом поведении, а женщин – как «подстраивающихся» под доминирующее мужское речевое поведение.

Однако последующие исследования характеристик речи, свидетельствующие о доминировании мужчин в коммуникации, опровергли выводы, сделанные на разных этапах развития гендерной лингвистики.

Таблица 15

**Характеристики речевого поведения мужчин,
свидетельствующие о доминировании мужчин в коммуникации**

Речь женщин	Речь мужчин
Использование языковых средств «самозащиты»; средств, демонстрирующих «слабость», неуверенность коммуниканта в общении [Двинянинова 2002а, б]. Более частотное употребление междометий, выражающих неуверенность [Бакушева 1995]	Употребление повелительного наклонения и рекомендательных форм [Lakoff 1975]
Использование формы возвратного залога в предикате (<i>никак не успокоюсь, хочу разобраться</i>), ментальных глаголов, направленных внутрь себя, а не во вне (<i>поражена, не верю</i>) [Гриценко 2005]	Преобладание глаголов в активном залоге [Гомон 1990]. Преобладание в предикате действительного залога (<i>сказал, придумал</i>) [Гриценко 2005]
Употребление модальных конструкций, выражающих различную степень предположительности, неопределённости [Гомон 1990], уверенности [Holmes 1986]. Использование вербальных знаков привлечения внимания (типа «ты знаешь», «а как ты думаешь» и т.п.) [De Fransisco 1991; Fishman 1998]	Частое употребление вводных слов, особенно имеющих значение констатации [Гомон 1990]

Речь женщин	Речь мужчин
Использование минимальных ответных реакций для поддержания разговора в качестве знаков типа «да, угу, мм-м» внимания и интереса [Кавинкина 1999]	Минимальные ответные реакции мужчин сигнализируют об отсутствии интереса [Кавинкина, 1999]. Темы разговоров, предлагаемые мужчинами, чаще получают развитие, их высказывания реже остаются без ответной вербальной реакции [Кавинкина, 1999]
Склонность к кооперативности общения [Беляева 2002; Мартынюк 1992; Таннен 2005; Edelsky, Adams 1990; Jonhstone, Ferrara, Beans 1992; Macaulay 1978]	Склонность к соревновательному типу общения [Беляева 2002; Мартынюк 1992; Таннен 2005; Edelsky, Adams 1990; Jonhstone, Ferrara, Beans 1992]
Более легкая «смена» ролей в акте коммуникации (проявление большей психологической подготовленности и гибкости) [Земская и др. 1993; Кавинкина 1999]	Тенденция к демонстрации статусного неравенства [Табурова 1999]
Нивелирование отношений субординации, стиль женщин характеризуется как паритетный [Гётте 2004, 2009]	Стремление усилить коммуникативную позицию, использование более широкого диапазона средств коммуникативного доминирования [Гётте 2004, 2009]: частое прерывание собеседника [Zimmerman, West 1975]

В частности, было установлено, что выбор стратегии прерывания речи собеседника зависит не только от гендера коммуниканта, но и от степени его информированности: зачастую простой переспрос исследователи путают с намеренным перебивом с целью показать свое преимущество в коммуникации [Leet-Pellegreni 1980].

Выбор стратегии также зависит от социального статуса собеседника [Eakis 1978]: коммуниканты с высшим образованием перебивают своих собеседников реже, чем это делают люди со средним образованием. Кроме того, необходимо помнить еще и то, что любая речевая стратегия зависит от личной интенции говорящего, а не predetermined только лишь его гендерной принадлежностью.

Так, социолингвисты приходят к выводу о том, что зачастую коммуникативная стратегия доминирования и прерывания речи собеседника может являться проявлением солидарности с собеседником. Иными словами, «наложение» высказываний может являться знаком того, что собеседник заинтересо-

ван в обсуждении заданной темы и, кроме того, разделяет мнение другого собеседника, поэтому «активно» ведет диалог, говоря одновременно со своим собеседником, хотя собеседнику может показаться, что говорящий с ним демонстрирует таким образом свое доминирующее речевое поведение [Tannen 1994].

Д. Джеймс и С. Кларк проведя обзор исследований по реализации ГС прерывания женщин мужчинами в коммуникации, пришли к выводу о том, что в принципе нет ярких различий в частоте прерывания собеседника. По их данным, в 13 экспериментах собеседника чаще прерывали мужчины, чем женщины; в 34 экспериментах не было выявлено особых различий по данному вопросу. В 8 других экспериментах собеседника чаще прерывали женщины. Подобные исследования, по мнению Д. Джеймс и С. Кларк, выявляют только тенденции речевого поведения мужчин и женщин, но никак не позволяют сделать глобальные обобщения в пользу вывода о доминировании мужчин в коммуникации [James, Clark 1993].

Исследование подобной стратегии речевого поведения заставляет сделать вывод о том, что любые речевые стратегии нужно трактовать в русле интенции говорящего: одни и те же речевые модели могут использоваться в разных речевых ситуациях с разными коммуникативными намерениями. Сделанные исследователями выводы [Беляева 2002; Мартынюк 1992; Таннен 2005; Edelsky, Adams 1990; Jonhstone, Ferrara, Beans 1992] обусловлены влиянием ГС, представлений о том, что мужчины обладают большей властью, соответственно, более напористы в своем речевом поведении.

Далее проанализируем формирование стереотипа доминирующего речевого поведения мужчин в коммуникации в языковом сознании общества и различных социальных групп.

Из 15 признаков, описывающих особенности речевого поведения мужчин, 4 являются составными компонентами стереотипа доминирования мужчин в коммуникации: **‘громкость’** (17 реакций), **‘доминирование в ходе беседы’** (16 реакций), **‘уверенность’** (14 реакций) и **‘прямолинейность’** (13 реакций).

Итак, как видно из таблицы 10 и рисунка 14, разница в частотах реакций информантов младшей (12 реакций) и старшей (5 реакций) возрастных групп по признаку **‘громкость’** составила 7 единиц. Это свидетельствует о том, что представление о громкости речи формируется прежде всего в языковом сознании людей в возрасте 17–39 лет: по всей видимости, данная черта речи важна для данной социальной группы.

Как видно из таблицы 10 и рисунков 13–16, на признак **‘доминирование в ходе беседы’** от женщин и информантов в возрасте 17–39 лет было получено по 9 реакций из 16, от негуманитариев – 10 реакций из 16 и от инфор-

мантов с высшим образованием – 12 реакций из 16. По данному распределению реакций можно судить о том, что стереотип о доминирующем речевом поведении мужчин формируется в языковом сознании людей с высшим образованием. Это, возможно, связано с тем, что людям с высшим образованием приходится избирать речевые тактики доминирования в коммуникации с целью достижения социального статуса. Подобные речевые тактики считаются людьми с высшим образованием приоритетными и социально одобряемыми и для мужчин.

Как видно из таблицы 10 и рисунков 13–15, оценивая параметр **‘уверенность’**, женщины и мужчины (8 и 6 реакций соответственно), информанты в возрасте 17–39 лет и 40–65 лет (9 и 5 реакций соответственно), информанты с высшим и средним образованием (8 и 6 реакций соответственно) дали практически равное количество реакций. В структуру групповых стереотипов по факторам «гендер», «возраст» и «образование» признак **‘уверенность’** не вошел (см. также рис. 29–34 Приложения), что может свидетельствовать о несформированности данного представления в языковом сознании указанных социальных групп. Представление об уверенности, проявляемой мужчинами в речи, складывается преимущественно в языковом сознании негуманитариев: признак **‘уверенность’**, как видим из таблицы 10 и рисунка 16, вошел в структуру группового стереотипа речевого поведения мужчин (11 реакций). Кроме того, разница в распределении частот реакций гуманитариев (3 реакции) и негуманитариев (11 реакций) составила более 7 единиц.

Как видно из таблицы 10 и рисунков 13, 14 и 15, на признак **‘прямолинейность’** от женщин и мужчин (8 и 5 реакций соответственно), информантов в возрасте 17–39 лет и 40–65 лет (6 и 7 реакций соответственно), информантов с высшим и средним образованием (8 и 5 реакций соответственно) получено практически равное количество реакций. Тем не менее в структуру групповых стереотипов по факторам «гендер», «возраст» и «образование» признак **‘прямолинейность’**, как и признак **‘уверенность’**, не вошел (см. также рис. 29–34 Приложения). Отсутствие данного признака в структуре групповых стереотипов может свидетельствовать о том, что представители указанных социальных групп не считают мужчин прямолинейными. Представление о прямолинейности мужчин складывается в языковом сознании негуманитариев, свидетельством чего является, как видим из таблицы 10 и рисунка 16, неравное распределение реакций гуманитариев (2 реакции) и негуманитариев (11 реакций) по признаку **‘прямолинейность’**.

Таким образом, анализ формирования ГС доминирующего речевого поведения мужчин в коммуникации показывает, что сами мужчины не оценивают себя как крайне напористых в общении с окружающими. Данный стереотип формируется в языковом сознании людей в возрасте 17–39 лет, инфор-

мантов с высшим образованием и негуманитариев. Представители указанных социальных групп признают за мужчинами то, что они в своем речевом поведении проявляют прямолинейность и твердость. Скорее всего, данные признаки речи мужчин являются составными компонентами СМ, то есть в представлении информантов в возрасте 17–39 лет, негуманитариев и людей с высшим образованием эти речевые характеристики становятся средствами выражения мужественности и достижения социального статуса.

4.3.6. Согласованность социальных групп в определении стереотипов речевого поведения мужчин и женщин

Для того чтобы оценить близость ответов групп испытуемых, которые представляют разные градации одного фактора («гендер», «возраст», «образование», «специальность»), были подсчитаны коэффициенты корреляции между распределениями частот ответов соответствующих групп. Использовался коэффициент нормальной корреляции Пирсона.

Представим результаты подсчетов коэффициента корреляции (r) распределений частот ответов групп информантов по градациям факторов в определении стереотипных признаков речевого поведения женщин (см. табл. 16).

Таблица 16

Коэффициент корреляции (r) распределений частот ответов, определяющих признаки речевого поведения женщин, групп информантов по градациям факторов

Фактор	r
Гендер (мужчины/женщины)	0,65
Возраст (17–39 лет/40–65 лет)	0,85
Образование (высшее/среднее)	0,85
Специальность (гуманитарии/негуманитарии)	0,84

Как видно из таблицы 16, менее всего согласованы между собой ответы мужчин и женщин ($r = 0,65$). Такой коэффициент корреляции свидетельствует о том, что корреляция является средней, т.е. ответы мужчин и женщин отличаются в значительной степени.

Очень высокий коэффициент корреляции показывают возрастные группы 17–39 лет и 40–65 лет ($r = 0,85$), информанты с высшим и средним образованием ($r = 0,85$) и гуманитарии и негуманитарии ($r = 0,84$), что свидетельствует о высокой степени связи ответов респондентов.

Подсчеты коэффициента корреляции (r) распределений частот ответов групп информантов по градациям факторов в определении стереотипных признаков речевого поведения мужчин демонстрируют следующие результаты (см. табл. 17).

Таблица 17

Коэффициент корреляции (r) распределений частот ответов, определяющих признаки речевого поведения мужчин, групп информантов по градациям факторов

Фактор	R
Гендер (мужчины/женщины)	0,69
Возраст (17–39 лет/40–65 лет)	0,68
Образование (высшее/среднее)	0,82
Специальность (гуманитарии/негуманитарии)	0,36

Как видно из таблицы 17, менее всего согласованы между собой оказались ответы гуманитариев и негуманитариев, о чем свидетельствует слабая корреляция распределения частот ответов ($r = 0,36$). Значение коэффициента корреляции (r) распределений частот ответов групп информантов по градациям фактора «специальность» подтверждают выводы, сделанные на основе качественного и частотного анализа реакций: именно у негуманитариев по сравнению с гуманитариями и другими социальными группами наиболее четко сформирован стереотип грубости речевого поведения мужчин.

Наиболее согласованными, как видно из таблицы 17, оказались ответы информантов с высшим и средним образованием: коэффициент корреляции равен 0,82.

Менее согласованными, но все же близкими, являются ответы мужчин и женщин ($r = 0,69$) и людей в возрасте 17–39 и 40–65 лет ($r = 0,68$).

Таким образом, видим, что сильнее всего на специфику ГС речевого поведения женщин влияет сам фактор «гендер»: в сознании мужчин и женщин складываются наиболее противоположные представления о речи женщин. Из результатов качественного и частотного анализа экспериментальных данных, напомним, что автостереотип речевого поведения женщин действительно проявился наиболее четко: женщины оценили свое речевое поведение, основываясь на общественных представлениях об эмоциональности речи женщин.

Факторы «возраст», «образование», «специальность», как показывают значения коэффициентов корреляции, незначительно влияют на формирование стереотипов речевого поведения женщин.

На специфику формирования ГС речевого поведения мужчин влияет в большей степени не фактор «гендер», а фактор «специальность»: в языковом

сознании гуманитариев и негуманитариев складываются наиболее противоположные представления о речевом поведении мужчин.

Факторы «гендер», «возраст» и «образование» в незначительной степени влияют на особенности формирования групповых стереотипов речевого поведения мужчин.

Как видим, значения коэффициента корреляции подтверждают результаты частотного анализа распределений реакций, представляющих стереотипные признаки речевого поведения мужчин и женщин.

Выводы

Результаты проведенного эксперимента выявили особенность, лежащую в основе гендерной стереотипизации признаков речевого поведения мужчин и женщин. Эта особенность заключается в том, что представления о характерных чертах мужского и женского речевого поведения зависят не столько от общественных ожиданий, сколько от тех установок на речевое поведение в целом, которые сформированы в языковом сознании той или иной социальной группы. Принятые определенной социальной группой модели речевого поведения распространяются не только на членов референтной группы, но и на представителей других социальных групп, в том числе «проецируются» на мужчин и женщин.

Интересно также заметить, что стереотипы речевого поведения мужчин и женщин определенным образом соотносятся со СМ и СФ. Так, общие атрибуты маскулинности (логичность, сдержанность, активность, уверенность, решительность, лидерство) и фемининности (эмоциональность, неконфликтность) соотносятся с выделенными экспериментальным путем стереотипами речевого поведения мужчин (стереотипы логичного, доминирующего, неэмоционального, немногословного и невежливого речевого поведения) и женщин (стереотипы нелогичного, недоминирующего, эмоционального, многословного и вежливого речевого поведения). Соотнесение СМ/СФ и стереотипов речевого поведения мужчин и женщин свидетельствует о том, что не только представления об основных свойствах мужчин и женщин, но и представления о их речевом поведении основаны прежде всего на гендерной стереотипизации психологических качеств.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Проблемы определения структуры такого сложного когнитивного образования, как ГС, определения их семантического содержания, зависимости их формирования от социальных характеристик носителей языка являются трудно разрешимыми в рамках только когнитивной лингвистики и требуют помимо обращения к языковому сознанию информантов, обращения к смежным с лингвистикой областям гуманитарного знания (социологии, психологии) и привлечения социолингвистических и психолингвистических методов для их рассмотрения и решения.

Прежде всего в исследовании были сформулированы основные методологические принципы изучения ГС в языковом сознании.

Так, в работе принимается следующая трактовка понятия «гендер». С одной стороны, гендер – это социальный фактор, понимаемый как гендерная идентичность человека, которая формируется в процессе социализации. Гендер трактуется в этой связи как одно из базовых измерений социальной структуры общества, которое взаимодействует с такими социальными характеристиками человека, как возраст, образование, специальность и др. С другой стороны, гендер – это продукт устойчивых интерпретационных практик индивида, социальных групп и всего общества в целом, возникающих на основе когнитивных процессов восприятия и оценки окружающей действительности. В этом плане гендер предстает как особый инструмент, с помощью которого индивиды, социальные группы и все общество в целом воспринимают и оценивают мир, все многообразие человеческих отношений, в том числе и разнообразие атрибутов маскулинности и фемининности.

В психологическом и социальном планах биологический пол человека существует для личности в виде условной системы объяснений (интерпретаций) – ГС.

В лингвистическом же плане гендер и атрибуты маскулинности и фемининности существуют в виде иерархической системы выстраиваемых по степени значимости для общественного и группового языкового сознания ЛСП, формирующих СМ/СФ и стереотипы речевого поведения мужчин и женщин.

Предметом гендерных исследований в когнитивной лингвистике, таким образом, являются представления о различиях между мужчинами и женщинами, которые отражаются в языковом сознании, закрепляются и служат одним из инструментов социализации. Особенности восприятия людей и межличностных отношений, модели поведения и оценки, конструирование стереотипного образа с точки зрения принадлежности к определенному полу – основа ГС в лингвистическом понимании. Обычно выделяют следующие признаки ГС: «1) нормативны; 2) носят эмоционально-оценочный характер (с этим свя-

зана бинарная логика восприятия мужских и женских качеств); 3) устойчивы и стабильны» [Рябова 2003]. В основе ГС лежит оппозиция «мужественность» – «женственность», («маскулинность» – «фемининность»), которая определяет социальные модели поведения женщин и мужчин (их положение и роль в обществе и его институтах: семье, политической структуре, экономике, культуре и образовании и др.).

Методологический принцип исследования такого явления, как стереотип, заключается в учете не только общественных представлений, но и групповых [Doise 1978a, б], что обуславливает относительность такого свойства стереотипа, как «устойчивость и стабильность». В ходе социально-культурного развития общества и под влиянием принятых отношений внутри социальных групп в групповом языковом сознании «ломаются» общие стереотипы и формируются установки и представления, отражающие принципиально новое понимание социальных ролей мужчин и женщин в современном обществе. Постепенно новые «интерпретации» сущности маскулинности и фемининности «проникают» в общественное сознание, становясь более прочными когнитивными образованиями. Данный процесс «смены стереотипов» является по сути следствием того, что индивид как носитель группового и общественного сознания [Ведрева 2005] усваивает созданные до него ГС, преломляя их через призму своего индивидуального и группового опыта.

Признание тесной взаимосвязи общественных и групповых представлений в структуре стереотипа позволило сформулировать следующие принципы понимания сущности СМ/СФ и стереотипов речевого поведения, сформированных в языковом сознании русских.

Во-первых, обращение к языковому сознанию носителей языка в плане исследования ГС объясняется тем, что языковое сознание является источником хранения и формирования ГС. Кроме того, языковое сознание активно реагирует на изменения, происходящие в социальной жизни общества.

Во-вторых, СМ/СФ и стереотипы речевого поведения мужчин и женщин общественного языкового сознания проявляются в том, что социальные группы и их представители являются носителями довольно стабильных общественных представлений о маскулинности/фемининности и о речевом поведении мужчин и женщин.

В-третьих, СМ/СФ и стереотипы речевого поведения мужчин и женщин группового языкового сознания демонстрируют связь, присущую той или иной социальной группе, между сложившейся в данной группе системой социального взаимодействия и принятой в ней системой взглядов на атрибуты маскулинности/фемининности и модели речевого поведения мужчин/женщин. В данном случае свойства, приписываемые мужчинам и женщинам, отражают особенности социальной группы, в языковом сознании которой формируются

ГС, то есть являются «проекцией» некоторых черт данной группы на мужчин и женщин в целом

Наконец, индивидуальные представления о маскулинности/феминности и о речевом поведении мужчин и женщин представляют собой разнообразные, присущие тем или иным членам социальной группы субъективные мнения и оценки. Отдельные субъекты формируют свои представления о воспринимаемых объектах (мужчинах и женщинах и их свойствах) вне зависимости от характера их взаимодействия с другими членами социальной группы, к которой они принадлежат, и со всем обществом в целом.

Как показали лингвистические эксперименты, СМ/СФ различаются по характеру фиксируемых в них ЛСП: мужчины описываются в терминах трудовой и общественной деятельности, а женщины в семейно-родственных и межличностных терминах.

Однако именно в социальных группах СМ/СФ и стереотипы речевого поведения мужчин и женщин обретают силу и становятся силой, способной воздействовать на поведение людей и на оценки мужского и женского поведения, в том числе и речевого. По этой причине в ходе экспериментов мы анализировали реакции, полученные от информантов, принадлежащих к разным социальным группам, чтобы показать, что в каждой группе формируются свои представления о качествах мужчин и женщин. Представители разных социальных групп могут разделять или не разделять сформированные в обществе в целом представления об основных атрибутах маскулинности/феминности и о речевом поведении мужчин и женщин. Изучать особенности этих представлений нужно не только на уровне общественного языкового сознания, что делается психолингвистами на материале ассоциативных экспериментов, но и на уровне группового, то есть использовать социолингвистический подход.

Языковое сознание, таким образом, активно реагирует на изменения, происходящие в социальной жизни общества. Особенно «восприимчивыми» к этим изменениям оказываются социальные группы общества, различаемые по факторам «гендер», «возраст», «специальность» и «образование». В групповом языковом сознании проявляет себя движение культуры: создание, воспроизводство, переоценка и разрушение идей, смена одних ценностей другими. Все эти общественные изменения, формируясь в групповом языковом сознании, могут закрепиться в дальнейшем в общественном языковом сознании. Общие СМ/СФ и стереотипы речевого поведения мужчин и женщин являются более прочными образованиями, нежели стереотипные представления, формирующиеся в языковом сознании отдельных социальных групп общества. Тем не менее именно групповые представления демонстрируют реальную картину функционирования ГС в языковом сознании: результаты лингвистических экспериментов с носителями языка показывают, какие признаки мас-

кулинности и фемининности стереотипизируются в языковом сознании различных социальных групп общества. Таким образом, исследование ГС на основе исследования языкового сознания позволяет проследить их статику и динамику, а также степень приоритетности тех или иных мужских/женских качеств для членов социальных групп.

В ходе лингвистических экспериментов с носителями русского языка продемонстрировано, что одним из наиболее важных показателей, отражающих динамику формирования ГС, является показатель выстраивания ЛСП по степени значимости в зависимости от социальных факторов. Этот показатель обуславливает структуру СМ/СФ и стереотипов речевого поведения мужчин и женщин, которая представлена зонами, выделяемыми на основе анализа распределений частот реакций информантов по ЛСП маскулинности/фемининности и признакам речевого поведения мужчин и женщин (см. рис. 17).

Как видно из рисунка 17, структура СМ/СФ и стереотипов речевого поведения мужчин и женщин, сформированных в общественном и групповом языковом сознании показывает динамику представлений общества и социальных групп о типичных чертах мужчин и женщин.

В структуре общих и групповых СМ/СФ и стереотипов речевого поведения мужчин и женщин выделяется ядро (см. рис. 17), представляющее собой относительно стабильную и активную по степени интенсивности и объему семантических связей совокупность языковых единиц, объединенных в ЛСП, в которых концентрируются актуальные для данной этнической культуры представления о маскулинности (ЛСП 'сила', 'ум')/фемининности (ЛСП 'красота', 'нежность', 'хозяйственность') и об основных свойствах мужской (ЛСП 'логичность')/женской (ЛСП 'эмоциональность', 'образность') речи.

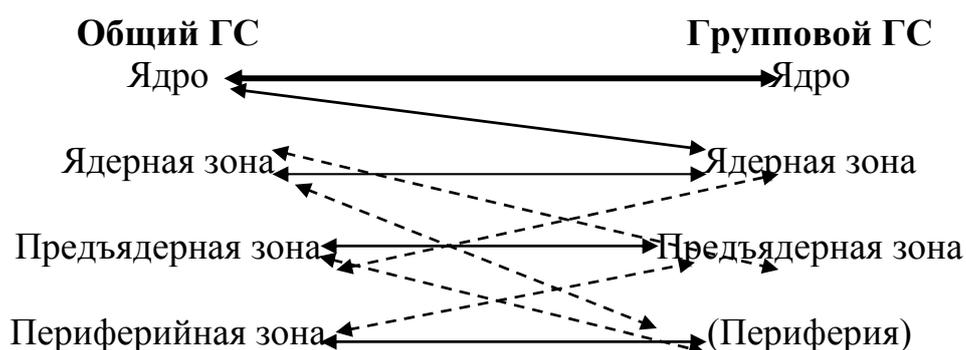


Рис. 17. Соотношение семантических зон общих и групповых стереотипов маскулинности/фемининности и стереотипов речевого поведения мужчин и женщин³

³ Сплошными линиями обозначены обязательные связи между зонами общего и групповых стереотипов, пунктирными линиями выделены возможные связи между зонами.

Единицы ядра СМ/СФ и стереотипов речевого поведения мужчин и женщин могут выступать в качестве опорных единиц при конструировании фрагмента образа мира.

ЛСП, входящие в ядерную зону общих СМ/СФ и стереотипов речевого поведения мужчин и женщин, также актуальны для всех носителей языка. Тем не менее показатель выстраивания ядерных ЛСП общих стереотипов по степени значимости в семантических зонах групповых СМ/СФ и стереотипов речевого поведения мужчин и женщин позволяет проследить динамику и степень актуальности тех или иных мужских/женских качеств для членов этих групп.

Так, ядерные признаки общих стереотипов могут оказаться в предъядерной зоне, либо вообще на периферии групповых стереотипов, демонстрируя потерю актуальности тех или иных атрибутов маскулинности/феминности для языкового сознания разных социальных групп общества. Так, например, ЛСП **‘опора’**, находящийся в ядерной зоне общего СМ, оказывается на периферии группового СМ, сформированного в языковом сознании мужчин, что говорит о небольшом значении, которое придают мужчины роли опоры в семье.

Предъядерная зона общих СМ/СФ и стереотипов речевого поведения мужчин и женщин, сформированных в языковом сознании общества, также представлена довольно стабильными представлениями, однако ЛСП этой зоны, актуальны прежде всего для определенных социальных групп общества.

Так, ЛСП предъядерной зоны общих стереотипов могут входить в ядерную зону групповых СМ/СФ и стереотипов речевого поведения мужчин и женщин, представляя собой «тенденции» гендерной стереотипизации в общественном языковом сознании. Например, предъядерный ЛСП общего СМ **‘отец’** актуален прежде всего для женского языкового сознания, так как расположен в ядерной зоне группового СМ.

Кроме того, ЛСП предъядерной зоны общих стереотипов могут оказываться на периферии групповых стереотипов (например, ЛСП **‘целеустремленность’** оказывается на периферии СМ, сформированного в языковом сознании женщин), что свидетельствует о низкой актуальности определенных свойств мужчин и женщин для группового языкового сознания.

Периферийная зона общих СМ/СФ и стереотипов речевого поведения мужчин и женщин может демонстрировать важность тех или иных свойств для языкового сознания отдельных социальных групп: например, ЛСП **‘доброта’**, **‘муж’** и **‘любящий’** важны прежде всего для женщин.

Ядерная и предъядерная зоны СМ/СФ и стереотипов речевого поведения мужчин и женщин, сформированных в групповом языковом сознании, представляет собой, таким образом, особый «сплав» некоторых общественных

и тех или иных групповых представлений, которые актуализируются под влиянием социальных факторов.

Из результатов эксперимента по выявлению стереотипов речевого поведения мужчин и женщин также очевидно, что стереотипы формируются прежде всего в социальных группах общества.

Так, например, высокая степень актуализации признаков, связанных с эмоциональностью речевого поведения женщин, в языковом сознании гуманитариев и женщин обусловлена представлениями, сформированными в данных социальных группах: гуманитарии в силу своей профессии сами проявляют эмоции в речи и считают эти проявления возможными и для женщин, а женщины, скорее, оценивают себя, основываясь на разделяемых всем обществом представлениях о женском речевом поведении.

Также гуманитарии, информанты в возрасте 17–39 лет и информанты с высшим образованием продемонстрировали тенденцию оценивать речевое поведение мужчин, «проецируя» его на собственное речевое поведение: если в социальной группе гуманитариев принято и считается социально одобряемым выражать свои мысли логично и не отступать от заданной темы разговора, то данные «ожидания» распространяются и проецируются на членов других социальных групп.

В целом соотношение общественных и групповых представлений в русском языковом сознании демонстрирует некоторый «перекос» в соотношении типично мужских и типично женских ролей и качеств, связанный, как нам кажется с влиянием движения феминисток на Западе и влиянием массмедийной культуры. Однако если на Западе, женщина, уравненная с мужчиной в социальных правах, освобождает себя от части хозяйственных и семейных забот, то в общественном языковом сознании русской этнокультуры происходит своеобразное совмещение патриархальных взглядов на женщину (хранительница домашнего очага, мать, жена и т.п.) и феминистских взглядов на социальные роли женщины (целеустремленность, работа наравне с мужчиной и т.п.). В групповом языковом сознании, в частности, в языковом сознании мужчин, женщина должна быть ко всему прочему внешне привлекательной и сексуальной. Тем не менее мужчина в русском языковом сознании постепенно «освобождается» от ряда необходимых для выполнения социальных ролей (потомство, отцовство, ответственность за семью и близких). Патриархальный взгляд на мужчину, как выяснилось из результатов проведенных экспериментов, прочно сохраняется только в языковом сознании женщин и старшего поколения.

В работе не представлен анализ культурных причин, сформировавших такие стереотипы и автостереотипы мужчин и женщин. Предполагаем, что одним из самых мощных каналов влияния на ГС выступает в данном случае

массмедийная культура, которая «навязывает» языковому сознанию русских определенные внешние образы мужчин и женщин и модели их социального поведения. Считаем, что анализ таких причин может стать перспективой дальнейшего исследования гендерной стереотипизации в языковом сознании русских. Целью же нашего исследования явилось выявление особенностей формирования ГС в общественном и групповом языковом сознании и демонстрация вариативности гендерных представлений, что в конечном итоге позволяет исследовать динамическую структуру ГС в целом, которые некоторыми исследователями признаются стабильными и мало поддающимися влиянию биосоциальных характеристик человека – основного каузатора стереотипизации.

Итак, вариативность ГС, существующих в языковом сознании, обусловлена социальными параметрами носителей языка. Оказалось, что в языковом сознании каждой из исследованных в работе социальных групп, объединенных по факторам «гендер», «возраст», «специальность» и «образование», существует свой «вариант» или «интерпретация» ГС общественного языкового сознания, заключающаяся в особой иерархии ЛСП, их составляющих.

Таким образом, сопоставительный анализ СМ/СФ и стереотипов речевого поведения мужчин и женщин, сформированных в групповом языковом сознании, в свою очередь, позволяет отметить тончайшие нюансы и отличия в стереотипных представлениях сравниваемых социальных групп, которые могут ускользать от внимания лингвиста при исследовании только материалов словарей и фразеологизмов. ГС «существуют» в языковом сознании индивидов, принадлежащих к определенным социальным группам общества, в которых складываются «свои» стереотипные представления о мужчинах и женщинах.

В целом гендерные представления человека включают, как видим, не только стереотипные (т.е. социально-разделяемые), но и групповые представления о «мужском» и «женском», сформировавшиеся в процессе социализации. Каждый индивид включен в жизнедеятельность одной или нескольких социальных групп, является, таким образом, носителем определенных свойств и представлений, разделяемых социальной группой. По этой причине следует скорее говорить об индивидуально-групповом уровне ГС: индивид разделяет прежде всего представления, сложившиеся в социальной группе, к которой он принадлежит.

В целом можно говорить о том, что СФ/СМ и стереотипы речевого поведения мужчин и женщин являются «калейдоскопичными» когнитивными образованиями, так как, имея сложносоставной характер, включают значительное число стереотипных ЛСП в зонах общих и групповых ГС, представленных различным количественным соотношением и имеющих то или иное место в системе ЛСП, выстраиваемых по степени значимости для общественного и группового языкового сознания.

Изучение специфики объективации СФ/СМ и стереотипов речевого поведения мужчин и женщин позволило построить наиболее адекватную модель их национально-культурных особенностей, их структуры формирования как в русском языковом сознании в целом, так и в языковом сознании различных социальных групп.

Выделенные в результате анализа экспериментальных данных концептуальные признаки маскулинности/фемининности и речевого поведения мужчин и женщин отражают специфику содержания СМ/СФ и стереотипов речевого поведения мужчин и женщин для русского языкового сознания, которая заключается не столько в самом наборе этих признаков, сколько в их неповторимом, свойственном именно русской лингвокультуре сочетании, в их количественном соотношении, в их оценке носителями данной лингвокультуры – представителями различных социальных групп. Степень актуализации концептуальных признаков маскулинности и фемининности в зонах СМ/СФ и стереотипов речевого поведения мужчин и женщин группового языкового сознания показывает, что ГС не является статистическим образованием, не отражающим происходящих в современном обществе изменений социальных ролей мужчин и женщин. Эти изменения воздействуют на языковое сознание как всего общества, так и отдельных социальных групп. СМ/СФ и стереотипы речевого поведения мужчин и женщин, являющиеся когнитивными образованиями языкового сознания, отражают эти изменения, что соответствует современному пониманию категории «гендер» как социального конструкта.

В конечном итоге исследуемые СМ/СФ и стереотипы речевого поведения мужчин и женщин предстают как сложные когнитивные образования, сформированные в общественном и групповом языковом сознании, как взаимосвязанная система образов и вариативных представлений об основных качествах мужчин и женщин и их особенностях речевого поведения. Исследование социальной обусловленности ГС показало, таким образом, необходимость комплексного изучения ГС в языковом сознании и невозможность их рассмотрения в отрыве от всего контекста социальной жизни человека.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

1. Агеев В.С. Психологическое исследование социальных стереотипов // Вопросы психологии.– 1986. – № 1. – С. 95-101.
2. Агеев В.С. Психологические и социальные функции полоролевых стереотипов // Вопросы психологии. – 1987. – № 2 [Электронный ресурс]. – URL: <http://psyfactor.org/lib/stereotype7.htm> (дата обращения: 01.06.2018).
3. Агеев В.С. Межгрупповое взаимодействие: социально-психологические проблемы. – М.: Изд-во МГУ, 1990. – 240 с.
4. Ажгихина Н.И. Гендерные стереотипы в современных массмедиа // Харьковский центр гендерных исследований. Гендерные исследования. – 2000. – № 5. – С. 261-273.
5. Алешина Ю.Е., Волович А.С. Проблемы усвоения ролей мужчины и женщины // Вопросы психологии. – 1991. – № 4. – С. 74–82.
6. Алимушкина О.А. Механизмы проявления стереотипизации в ассоциативном поле: дис. ... канд. филол. наук. – Барнаул, 2007. – 193 с.
7. Андреева Г.М. Социальная психология: учеб. для вузов. – 5-е изд., испр. и доп. – М.: Аспект Пресс, 2008. – 363 с.
8. Анисимова Е.Е. Нормативность речи в аспекте коммуникативной лингвистики // Вопросы системной организации речи: сб. ст. – М., 1987. – С. 3–11.
9. Антинескул О.Л. Статусные роли говорящих и их речь (на материале английского языка). – Пермь: Изд-во Перм. гос. ун-та, 1998а. – 96 с.
10. Антинескул О.Л. Гендер как параметр текстообразования. – Пермь, 1998б. – 168 с.
11. Антинескул О.Л. Гендер как параметр текстообразования: дис. ... канд. филол. наук. – Пермь, 2000. – 222 с.
12. Арутюнова Н.Д., Падучева Е.В. Истоки, проблемы и категории прагматики // Новое в зарубежной лингвистике.– М.: Прогресс, 1985. Вып. 16: Лингвистическая прагматика. – С. 3-42.
13. Арутюнова Н.Д. Типы языковых значений: Оценка. Событие. Факт. – М.: Наука, 1988. – 341 с.
14. Арутюнова Н.Д. Язык и мир человека. – М.: Языки русской культуры, 1999. – 896 с.
15. Бабаева А.В. Мужское и женское поведение в истории культуры. – Воронеж: Изд-во Воронежского гос. ун-та, 2000. – 90 с.
16. Базиков Р.В. Социальные стереотипы: концептуальный аспект: дис. ... канд. филос. наук. – Ростов н/Д, 1999. – 122 с.
17. Байбурин А.К. Предисловие // Этнические стереотипы поведения. – Л.: Наука, 1985. – С. 3–6.

18. Бакушева Е.М. О различиях в речевом поведении мальчиков и девочек (9-11) лет // Язык: антропоцентризм и прагматика: сб. исследований по антропологии / сост. А.М. Холод. – Киев; М.; Кривой Рог, 1995а. – С. 100–110.
19. Бакушева Е.М. Особенности эмоциональной речи мужчин и женщин // Язык и эмоции: сб. науч. тр. – Волгоград: Перемена, 1995б. – С. 32–37.
20. Баранчукова М.С. Реализация стереотипа в устных и письменных текстах французской и русской лингвокультур: дис. ... канд. филол. наук. – Волгоград, 2006. – 182 с.
21. Беликов В.И., Крысин Л.П. Социолингвистика: учеб. для вузов / Рос. гос. гум. ун-т. – М.: Рос. гос. гуманитар. ун-т, 2001. – 439 с.
22. Белл Д. Грядущее постиндустриальное общество: опыт социального прогнозирования: пер. с англ. В.Л. Иноземцева. – М.: Academia, 1999. – 956 с.
23. Белова О.В. Этнические стереотипы по данным языка и народной культуры славян: этнолингвистическое исследование: дис. ... канд. филол. наук. – М., 2006. – 264 с.
24. Белянин В.П. Психолингвистика: учеб. – 3-е изд., испр. – М.: Флинта: Московский психолого-социальный институт, 2005. – 232 с.
25. Беляева А.Ю. Особенности речевого поведения мужчин и женщин (на материале русской разговорной речи): дис. ... канд. филол. наук. – Саратов, 2002. – 177 с.
26. Бергер П., Лукман Т. Социальное конструирование реальности. Трактат по социологии знания: пер. с англ. П. Бергер, Т. Лукман. – М.: Медиум, 1995. – 322 с.
27. Береснева Н.И. Периферийные реакции в детских ассоциативных полях // Проблемы социо- и психолингвистики: сб. ст. – Пермь, 2002. – Вып. 1. – С. 53–56.
28. Бодалев А.А. Формирование понятия о другом человеке как личности. – Л.: ЛГУ, 1970. – 135 с.
29. Бодалев А.А., Куницына В.Н., Панферова В.Н. О социальных эталонах и стереотипах и их роли в оценке личности // Человек и общество (ученые записки НИИКСИ). – Л.: Изд-во Ленин. ун-та, 1971. – Вып. 9. – С. 151–156.
30. Бодалев А.А. Восприятие и понимание человека человеком. – М.: Изд-во Моск. ун-та, 1982. – 200 с.
31. Болтенко Э.Н. Вербализация эмоциональной сферы в современном немецком языке с гендерных позиций (2002) [Электронный ресурс]. – URL: http://gasu.asu.ru/izdgagu/КО/10_11_2002/ew-sciен11.shtm (дата обращения: 21.02.2009).
32. Бондалетов В.Д. Социальная лингвистика: учеб. пособие. – М.: Просвещение, 1987. – 159 с.

33. Вандышева А.В. Гендерно ориентированная лексика в языковой картине мира: на материале английского, русского и немецкого языков: дис. ... канд. филол. наук. – Ростов н/Д, 2007. – 183 с.
34. Васильев Л.М. Теория семантических полей // Вопросы языкознания. – 1971. – № 5 – С. 104.
35. Васильева Т.Е. Стереотипы в общественном сознании (социально-философские аспекты): научно-аналитический обзор. – М.: ИНИОН, 1988. – С. 7.
36. Васькова О.А. Представление гендера во фразеологических словарях // Гендер: язык, культура, коммуникация: докл. III междунар. конф. (Москва, 27–28 ноября 2003). – М., 2003. – С. 27–30.
37. Вахтин Н.Б., Головкин Е.В. Социоллингвистика и социология языка: учеб. пособие. – СПб.: Гуманитарная академия, 2004. – 336 с.
38. Вепрева И.Т. Языковая рефлексия в постсоветскую эпоху. – М.: ОЛМА-ПРЕСС, 2005. – 384 с.
39. Виноградова Т.М., Семенов В.В. Сравнительное исследование познавательных процессов у мужчин и женщин: роль биологических и социальных факторов // Вопросы психологии. – 1993. – № 2. – С. 63–71.
40. Витлицкая Е.В. Лингвистическая репрезентация гендерных стереотипов в рекламе: на материале англоязычных и русскоязычных текстов: дис. ... канд. филол. наук. – Тамбов, 2005. – 144 с.
41. Вольф Е.М. Функциональная семантика оценки. – Изд. 2-е, доп. – М.: Едиториал УРСС, 2002. – 280 с.
42. Воскресенская С.Ю. Гендерные стереотипы лексико-грамматической персонификации: дис. ... канд. филол. наук. – Тверь, 2007. – 149 с.
43. Вул С.М., Мартынюк А.П. Теоретические предпосылки диагностирования половой принадлежности автора документа // Современное состояние и перспективы развития традиционных видов криминалистической экспертизы. – М., 1987. – С. 105–112.
44. Гаджиев К.С. Американская нация: национальное самосознание и культура. – М.: Наука, 1990. – 240 с.
45. Галяшина Е.И. Теоретические и прикладные основы судебной фоноскопической экспертизы: автореф. дис. ... д-ра юрид. наук. – Воронеж, 2002. – 40 с.
46. Гаранович М.В. Особенности функционирования гендерных речевых стереотипов в языковом сознании мужчин и женщин // Проблемы социо- и психоллингвистики: сб. ст. / отв. ред. Т.И. Ерофеева; Перм. гос. ун-т. Пермь, 2008. Вып. 11: Языковая вариативность. – С. 142–149.
47. Гасица Н.А. Ассоциативная структура значения слова в онтогенезе: дис. канд. филол. наук. М., 1990. – 184 с.
48. Гейдж Дайана, Бенфорд Нуни. Как женщине научиться говорить по-мужски // Известия. – 1993. – 15 апр.

49. Геодакян В.А. Теория дифференциации полов в проблемах человека // Человек в системе наук. – М.: Наука, 1989. – С. 171–189.
50. Герд А.С. Жаргонология: предмет, объект и типы единиц // Грани слова: сб. науч. статей к 65-летию проф. В.М. Мокиенко. – М.: Изд-во ЭЛПИС, 2005. – С. 614–621.
51. Гётте Е.Ю. Гендерное коммуникативное поведение. – Воронеж: Истоки, 2009. – 211 с.
52. Гётте Е.Ю. Речевое поведение в гендерном аспекте: проблемы теории и методики описания: автореф. дис. ... канд. филол. наук. – Воронеж, 2004. – 268 с.
53. Глазанова Е.В. Гендерные представления о внешности и характере в русской языковой картине мира (экспериментальное исследование) // Русский язык в языковом и культурном пространстве Европы и мира: Человек. Сознание. Коммуникация. Интернет: материалы IV Междунар. науч. конф. (8–12 мая 2008 г.). – Варшава, 2008. – С. 63.
54. Голубовская Е.А. Отражение этнического стереотипа-имиджа голландской культуры и голландцев в словарном составе английского языка: дис. ... канд. филол. наук. – М., 2006. – 243 с.
55. Гомон Т.В. Исследование документов с деформированной внутренней структурой: автореф. дис. ... канд. юрид. наук. – М., 1990. – 23 с.
56. Гончарова В.А. Методика преодоления национальных социокультурных стереотипов в обучении иностранным языкам: языковой вуз, английский язык: дис. ... канд. филол. наук. – Улан-Удэ, 2008. – 229 с.
57. Горошко Е.И. Особенности мужского и женского вербального поведения (психолингвистический анализ): автореф. дис. ... канд. филол. наук. – М., 1996. – 22 с.
58. Горошко Е.И. Мужчина и женщина (или как мы видим себя через призму гендера) // We/Мы. – 1997. – № 1(17). – С. 21-25.
59. Горошко Е.И. Интегративная модель свободного ассоциативного эксперимента: монография. М. – Харьков: Ра-Каравелла, 2001а. – 320 с.
60. Горошко Е.И. Языковое сознание (ассоциативная парадигма): дис. ... д-ра филол. наук. – М., 2001б. – 553 с.
61. Горошко Е.И. Гендерная проблематика в языкознании (2002) [Электронный ресурс]. – URL: <http://www.owl.ru> (дата обращения: 05.04.2018).
62. Горшунова Е.Ю. Этнические стереотипы англоговорящего социума и их вербализация в американской лингвокультуре: дис. ... канд. филол. наук. – Бирск, 2009. – 207 с.
63. Гриценко Е.С. Язык как средство конструирования гендера: дис. ... д-ра филол. наук. – Н. Новгород, 2005. – 405 с.
64. Гумбольдт В. Избранные труды по языкознанию. – М.: Прогресс, 2000. – 400 с.

65. Двинянинова Г.С., Морозова И.С. Комплимент как коммуникативная стратегия и прагматическая тактика в англоязычном дискурсе (гендерный аспект) // Гендер: Язык. Культура. Коммуникация: докл. Второй междунар. конф. (Москва, 22–23 ноября 2001 г.). – М., 2002а. – С. 118–126.
66. Двинянинова Г.С. Язык, речь, коммуникативное поведение индивидов в призме англоязычных гендерных исследований (2002б) [Электронный ресурс]. – URL: <http://language.psu.ru/bin/view.cgi?art=0056&lang=rus> (дата обращения: 15.01.2019).
67. Дежина Т.П. Трансформация гендерных стереотипов в семейных практиках жителей Дальнего Востока: дис. ... канд. социол. наук. – Хабаровск, 2007. – 184 с.
68. Демьянков В.З. Стереотип // Краткий словарь когнитивных терминов. – М.: МГУ, 1996. – С. 177-179.
69. Дзасежева Л.Х. Лексико-семантическое поле «женщина» в разных культурных сообществах: на материале английского, русского и кабардино-черкесского языков: дис. ... канд. филол. наук. – Нальчик, 2006. – 177 с.
70. Дмитрюк Н.В. Формы существования и функционирования языкового сознания в негомогенной культурной среде: дис. ... д-ра филол. наук. – М., 2000. – 445 с.
71. Доценко Т.И. Влияние фактора «пол» на внутренний лексикон подростка // Русский язык сегодня: сб. ст. / РАН. Ин-т рус. яз. им. В.В. Виноградова; отв. ред. Л.П. Крысин. – М.: Азбуковник, 2000. – Вып. 1. – С. 78–85.
72. Дьяконова И.В. Иноязычное слово: социопсихолингвистический аспект исследования: автореф. дис. ... канд. филол. наук. – Пермь, 2002. – 18 с.
73. Ерофеева Е.В. Вероятностная структура идиомов: социолингвистический аспект. – Пермь: Изд-во Перм. гос. ун-та, 2005. – 320 с.
74. Ерофеева Т.И., Загоруйко Ж.С. Дифференциация речевой продукции по полу говорящего // Проблемы коммуникации и номинации в концепции общегуманитарного знания: сб. науч. тр. в честь проф. Л.А. Шкатовой / Челяб. ун-т. – Челябинск, 1999. – С. 105–110.
75. Ерофеева Т.И. Современная городская речь / Перм. ун-т; Прикамский соц. ин-т; Прикам. соц.-гум. колледж. – Пермь, 2004. – 316 с.
76. Ерофеева Т.И. Языковая единица в гендерном рассмотрении // Вестник Челябинского государственного университета. Филология. Искусствоведение. – 2008. – Вып. 19, № 9 (110). – С. 35–39.
77. Ерофеева Т.И. Частная модель по гендеру в общей модели городского социолекта // Психолингвистика в XXI веке: результаты, проблемы, перспективы: тез. докл. XVI междунар. симп. по психолингвистике и

- теории коммуникации (Москва, 15–17 июня 2009 г.). – М.: Эйдос, 2009а. – С. 361.
78. Ерофеева Т.И., Глазова К.М. Нарратив в социолингвистическом исследовании // Дискурс, концепт, жанр: коллективная монография / отв. ред. М.Ю. Олешков. – Нижний Тагил: НТГСПА, 2009б. – Вып. 1 – 428 с. – (Серия «Язык и дискурс»).
 79. Ерофеева Т.И. Социолект: стратификационное исследование: монография. – Пермь: Изд-во Перм. гос. ун-та, 2009в. – 240 с.
 80. Ерофеева Т.И., Ерофеева Е.В. Человек и текст: антропоцентрический подход к исследованию // Вестник Пермского университета. Российская и зарубежная филология. – 2010. – Вып. 4 (10). – С. 144–149.
 81. Ершова Т.А. Русско-немецкие ассоциативные портреты (опыт интерпретации): дис. ... канд. филол. наук. – М., 1998. – 149 с.
 82. Жалсанова Ж.Б. Этническая составляющая гендерного стереотипа в языковом сознании русских и бурят: дис. ... канд. филол. наук. – М., 2009. – 190 с.
 83. Жельвис В.И. Поле брани: сквернословие как социальная проблема. – М.: Ладомир, 1997. – 330 с.
 84. Женская психология / сост. Н.А. Литвинцева. – М.: Интел-Синтез, 1994. – 318 с.
 85. Зак Л.А. Западная дипломатия и внешнеполитические стереотипы. – М.: Международные отношения, 1976. – 136 с.
 86. Залевская А.А. Введение в психолингвистику: учеб. – М.: Изд-во Рос. гос. гум. ун-та, 1999. – 382 с.
 87. Залевская А.А. Теоретические аспекты проблемы языкового сознания // Языковое сознание: устоявшееся и спорное: тез. докл. XIV Междунар. симпоз. по психолингвистике и межкультурной коммуникации (29-31 мая 2003 г.) / под ред. Е.Ф. Тарасова. – М.: Ин-т языкознания РАН, 2003. – С. 94-96.
 88. Здравомыслова Е. А., Темкина А.А. Социальная конструкция гендера и гендерная система в России // ВАЛДАЙ-96: материалы Первой Рос. летней школы по женским и гендерным исследованиям / МЦГИ. – М., 1997. – С. 84-89.
 89. Земская Е.А., Китайгородская М.В., Розанова Н.Н. Особенности мужской и женской речи // Русский язык в его функционировании: коммуникативно-прагматический аспект / Ин-т рус. яз. РАН; отв. ред. Е.А. Земская, Д.Н. Шмелев. – М.: Наука, 1993. – С. 90-157.
 90. Зубарева А.А. Формулы русского речевого этикета: социолингвистическое исследование: автореф. дис. ... канд. филол. наук. – Пермь, 2007. – 19 с.
 91. Зыкова И.В. Гендерный компонент в структуре и семантике фразеологических единиц современного английского языка: дис. ... канд. филол. наук. – М., 2002. – 219 с.

92. Ильин Е.П. Дифференциальная психофизиология мужчины и женщины. – СПб.: Питер, 2003. – 544 с. – (Серия «Мастера психологии»).
93. Истягина-Елисеева Е.А. Историко-культурные факторы формирования гендерных стереотипов на рубеже XIX-XX вв.: на материале журнальной периодики: дис. ... канд. филол. наук. – М., 2006. – 193 с.
94. Кавинкина И.Н. Проявление гендерного фактора в русском языке (1999) [Электронный ресурс]. – URL: <http://envila.by.iatp.org.ru> (дата обращения: 10.05.2018).
95. Каган В.Е. Стереотипы мужественности и женственности и образ «Я» // Вопросы психологии. – 1989. – № 3. – С. 54.
96. Каменева В.А. Гендерно-обусловленные стереотипы в публицистическом дискурсе: на материале американской прессы: дис. ... канд. филол. наук. – Кемерово, 2005. – 252 с.
97. Карасик В.И. Языковой круг: личность, концепты, дискурс. – М.: Гнозис, 2004. – 390 с.
98. Караулов Ю.Н. Общая и русская идеография. – М.: Наука, 1976. – 355 с.
99. Караулов Ю.Н. От структуры ассоциативного словаря к структуре языковой способности // Вестник Российского университета дружбы народов. Серия: Филология. Журналистика. 1994. – № 1. – С. 15–26.
100. Карбовский Ж.К. Стереотип как феномен сознания // Сознание и знание / под ред. В.А. Лекторского. – М.: ИФ АН СССР, 1984. – С. 35–48.
101. Касевич В.Б. Языковые структуры и когнитивная деятельность // Язык и когнитивная деятельность. – М.: Ин-т языкознания АН СССР, 1989. – С. 9–18.
102. Кастельс М. Становление общества сетевых структур // Новая постиндустриальная волна на Западе: антология. – М.: Academia, 1999. – С. 494.
103. Кирилина А.В. Развитие гендерных исследований в лингвистике // Филологические науки. – 1998. – № 2. – С. 51–58.
104. Кирилина А.В. Гендерные стереотипы, речевое общение и «деловая лексика» // Имидж женщины-лидера. – Иваново, 1998. – С. 65–85.
105. Кирилина А.В. Гендер: лингвистические аспекты. – М.: Изд-во Ин-та социологии РАН, 1999. – 180 с.
106. Кирилина А.В. Гендерные аспекты языка и коммуникации: дис. ... д-ра филол. наук. – М., 2000а. – 330 с.
107. Кирилина А.В. Гендерные аспекты языка и коммуникации: автореф. дис. ... д-ра филол. наук. – М., 2000б. – 39 с.
108. Кирилина А.В. Специфика развития гендерных исследований в России (1999–2000 гг.) // Общество – Язык – Культура: актуальные проблемы взаимодействия в XXI веке: доклады Четвертой междунар. науч.-практ. конф. (Москва, 27 ноября 2008 г.). – М.: МИЛ, 2009. – 111 с.

109. Кирилина А.В., Томская М.В. Лингвистические гендерные исследования // Отечественные записки. – 2005. – № 2 (22) [Электронный ресурс]. – URL: <http://www.stranaoz.ru/?numid=23&article=1038> (дата обращения: 03.02.2019).
110. Клецина И.С. Самореализация и гендерные стереотипы // Психологические проблемы самореализации личности / под ред. А.А. Реана, Л.А. Коростылевой. – СПб.: Изд-во СПбГУ, 1998. – Вып. 2. – С. 188-202.
111. Клецина И.С. Психология гендерных отношений: автореф. дис. д-ра психол. наук. – СПб., 2004 – 39 с.
112. Клиновская А. А. Лингвокогнитивные особенности актуализации общественных стереотипов в политическом журнальном дискурсе ФРГ: дис. ... канд. филол. наук. – М., 2007. – 210 с.
113. Клубков П.А. Что у голодного на языке? // Славянские чтения. – Даугавпилс-Резекне, 2000. – Вып. I. – С. 224-229.
114. Ключко О.И. Мужчина и женщина: проблемы современной социализации: монография. – Саранск: МГПИ, 2002 – С. 21-47.
115. Колесникова М.С. Методологические проблемы лексикографического анализа в гендерных исследованиях // Гендер: язык, культура, коммуникация: докл. II междунар. конф. (Москва, 22–23 ноября 2001). – М., 2001. – С. 207-214.
116. Колосова О.В. Когнитивные основания языковых категорий: автореф. дис. ... д-ра филол. наук. – М., 1996 – 19 с.
117. Кон И.С. Психология предрассудка (о социально-психологических корнях этнических предрассудков) // Новый мир. – 1966. – № 9. – С. 187–205.
118. Кон И.С. Психология половых различий // Вопросы психологии. – 1981. – № 2. – С. 47–57.
119. Кон И.С. Мужские исследования: меняющиеся мужчины в изменяющемся мире // Введение в гендерные исследования: Ч.1: учеб. пособие / под ред. И.А. Жеребкиной. – Харьков: ХЦГИ, 2001; Алетейя, СПб., 2002. – С. 571–572.
120. Кондратенко Г.М. Вопросы теории печати в свете социальной психологии // Вопросы теории и практики массовых форм пропаганды. – М., 1968. – С. 264–303.
121. Коноваленко И.В. Коммуникативные тактики русской речи в аспекте их гендерной специфики (на материале исследования колкости). // Гендер. Язык. Коммуникация: материалы III междунар. конф. – М.: МГЛУ, 2003. – С. 62–63.
122. Корлякова А.Ф. Общечеловеческие ценности глазами студентов 17–18 лет // Лингвистические чтения – 2008. Цикл 4: материалы науч.-практ. конф. (28 февраля 2008 г.). – Пермь: ПСИ, 2008. – 288 с.

123. Косяков В.А. Стереотип как когнитивно-языковой феномен: дис. ... канд. филол. наук. – Иркутск, 2009. – 153 с.
124. Котлова Т.Б., Рябова Т.Б. Библиографический обзор исследований по проблемам тендерных стереотипов (2001) [Электронный ресурс]. – URL: <http://www.owl.ru/content/library/books/p6002.html> (дата обращения: 12.04.2018).
125. Кочарян А.С. Личность и половая роль: симптомокомплекс маскулинности/фемининности в норме и патологии. – Харьков: Основа, 1996. – 127 с.
126. Красных В.В. Этнопсихоллингвистика и лингвокультурология: курс лекций. – М.: Гнозис, 2002. – 284 с.
127. Красных В.В. Свой среди чужих, миф или реальность. – М.: Гнозис, 2003. – 375 с.
128. Краткий словарь по социологии / сост.Э.М. Коржева, Н.Ф. Наумова; под общ. ред. Д.М. Гвишиани, Н.И. Лапина. – М.: Политиздат, 1988. – 389 с.
129. Краткий психологический словарь / сост. Л.А. Карпенко; под общ. ред. А.В. Петровского, М.Г. Ярошевского. – М.: Политиздат, 1985. – 432 с.
130. Крысин Л.П. Речевое общение и социальные роли говорящих // Социально-лингвистические исследования. – М.: Наука, 1976. – С. 42-52.
131. Крысин Л.П. Речевое общение в социально-неоднородной среде // Речевое общение в условиях языковой неоднородности. – М., 2000. [Электронный ресурс]. – URL: <http://www.edurss.ru> (дата обращения: 10.09.2018).
132. Крысин Л.П. Этностереотипы в современном языковом сознании: к постановке проблемы // Философские и лингвокультурологические проблемы толерантности: коллективная монография / отв. ред. Н.А. Купина, М.Б. Хомяков. – М.: ОЛМА*ПРЕСС, 2005. – 542 с. – (Золотая коллекция).
133. Крысин Л.П. Русские этностереотипы: отражение в языке представлений о «чужом» и своём» этносе // Русский язык в центре Европы – 11. – Банска Бистрица, 2008. – С. 9–13.
134. Крючкова Т.Б. Некоторые экспериментальные исследования особенностей использования русского языка мужчинами и женщинами // Проблемы психоллингвистики. – М., 1975. – С. 186–199.
135. Крючкова Т.Б. К вопросу о дифференциации языка по полу говорящего // Восточное языкознание. – М.: Наука, 1976. – С. 152–158.
136. Купина Н.А., Шалина И.В. Отражение русского типа в мужской речи горожан-провинциалов // Теоретический и прикладной аспект речевого общения: науч.-метод. бюллетень / Красноярский гос. ун-т. – Красноярск – Ачинск, 1998. – Вып. 6. – С. 48–56.

137. Лабужская В.А. Эмоциональные и познавательные характеристики общения. – Ростов н/Д, 1990. – 167 с.
138. Лапшинов М.В. Стереотипы в языковом сознании русских эмигрантов 1920–1930 гг.: дис. ... канд. филол. наук. – М., 2001. – 209 с.
139. Леонтьев А.Н. Деятельность. Сознание. Личность. – М.: Политиздат, 1975. – 304 с.
140. Леонтьев А.А. Основы психолингвистики. – М.: Смысл, 1997. – 287 с.
141. Леонтович О.А. Русские и американцы: парадоксы межкультурного общения: монография. – М.: Гнозис, 2005. – 352 с.
142. Липпман У. Общественное мнение / пер. с англ. Т.В. Барчунова; под ред. К.А. Левинсон, К.В.Петренко. – М.: Общественное мнение, 2004. – 384 с.
143. Ломова Т.Е. Стереотипы в гендерных установках современной российской молодежи: дис. ... канд. культурол. наук. – Владивосток, 2004. – 181 с.
144. Магнес Н.О. Структура устного бытового повествования и специфика ее гендерной реализации (на материале английского языка): дис. ... канд. филол. наук. – СПб., 1999. – 245 с.
145. Максимова О.Б. Гендерное измерение в современном социально-коммуникативном дискурсе: роль рекламы // Вестник РУДН. Серия Социология. – 2004. – № 6–7. – С. 246–254.
146. Манзуллина З.А. Языковая категоризация гендерных стереотипов: сопоставительный аспект: на материале русского и французского языков: дис. ... канд. филол. наук. – Уфа, 2005 – 176 с.
147. Мартынюк А.П. Прагматические особенности текста в зависимости от пола автора // Вестник Харьковского университета. – 1988. – № 322. – С. 56-60.
148. Мартынюк А.П. Речь и пол // Язык. Человек. Время. – Харьков: Основа, 1992. – С. 40–50.
149. Медведева Т.Г., Шевченко Т.И. Сопоставительный анализ просодических форм выражения эмоций у мужчин и женщин // Сб. науч. тр. МГПИИЯ. – 1980. – Вып. 169. – С. 203–215.
150. Ментальность россиян: специфика сознания больших групп населения России / под общей ред. И.Г. Дубова. – М.: Имидж-контакт, 1997. – 475 с.
151. Мид М. Культура и мир детства // Избранные произведения / ред., сост. и автор послесловия И.С. Кон. – М.: Наука., 1988. – 429 с.
152. Микляева А.В., Румянцева П.В. Социальная идентичность личности: содержание, структура, механизмы формирования: монография. – СПб.: Изд-во РГПУ им. А. И. Герцена, 2008. – С. 8–47.
153. Мистрюкова Е.В. Средства репрезентации концептов «мужественность» и «женственность» в современном английском языке: дис. ... канд. филол. наук. – Самара, 2005. – 229 с.

154. Мурадян С.А. Гносеологический анализ проблем стереотипа: автореф. ... канд. филос. наук. – Ереван, 1977. – 24 с.
155. Николаева Т.М. Речевые, коммуникативные и ментальные стереотипы: социолингвистическая дистрибуция // Язык как средство трансляции культуры. – М.: Наука, 2000. – С. 112–131.
156. Никольская В.А. Гендерные асимметрии и стереотипы в английской фразеологии: дис. ... канд. филол. наук. – Н. Новгород, 2005. – 177 с.
157. Новиков Л.А. Семантика русского языка. – М.: Высшая школа, 1982. – 272 с.
158. Новикова А.М. «Семантический гештальт» в структуре ассоциативного поля: автореф. ... дис. канд. филол. наук. – М., 1998. – 30 с.
159. Одарюк И.В. Речевой стереотип с позиции прагмалингвистики (2004) [Электронный ресурс]. – URL: <http://pu.pglu.ru> (дата обращения: 15.05.2019).
160. Ольшанский И.Г. Лексикографические аспекты гендерных исследований // Гендер: язык, культура, коммуникация: докл. III междунар. конф. (Москва, 27–28 ноября 2003). – М., 2003. – С. 81–82.
161. Ощепкова Е.С. Идентификация пола автора по письменному тексту (лексико-грамматический аспект): автореф. дис. ... канд. филол. наук. – М., 2003. – 24 с.
162. Ощепкова Е.С. Возможности «ролевого» фактора для изучения функционирования языкового сознания // Языковое сознание: теоретические и прикладные аспекты: сб. ст. / под. общ. ред. Н.В. Уфимцевой. – М.; Барнаул: Изд-во Алт. ун-та, 2004. – С. 113–120.
163. Пак Е.С. Динамика этнокультурных стереотипов в коммуникации: дис. ... канд. филол. наук. – М., 2009. – 199 с.
164. Панкратова Т.М. Гендерные установки и особенности межгруппового восприятия: дис. ... канд. психол. наук. – Ярославль, 2001. – 167 с.
165. Пермякова О.В., Гаранович М.В. Гендерная стилистика: монография. – Пермь: Изд-во Перм. гос. ун-та, 2009. – 159 с.
166. Першай А.Д. Репрезентация гендерных отношений во фразеологии: автореф. ... дис. ... канд. филол. наук. – Минск, 2002. – 21 с.
167. Пиз А. Язык взаимоотношений мужчина – женщина. – М.: Изд-во ЭКСМО-ПРЕСС, ЭКСМО-МАРКЕТ, 2000. – 400 с.
168. Платонов К.К. Краткий словарь системы психологических понятий. – М.: Высшая школа, 1981. – 174 с.
169. Попов А.А. К проблеме отражения гендерного аспекта в лексикографии // Гендерный фактор в языке и коммуникации / отв. ред. И.И. Халеева. – Иваново, 1999. – С. 60–62.
170. Поповская В.Б. Гендерный стереотип: особенности формирования и функционирования в языке и речи: дис. ... канд. филол. наук. – Краснодар, 2007. – 214 с.

171. Потапов В.В. Язык женщин и мужчин: фонетическая дифференциация // Изв. АН. Серия «Литература и язык» / гл. ред. В.Н. Ярцев. – М.: Наука, 1997. – Т. 56. – № 3. – С. 52–62.
172. Потапов В.В. К опыту пересмотра гендерного признака в лингвистике (на материале английского языка) // Гендер: Язык, Культура, Коммуникация: докл. I междунар. конф. (Москва, 25–26 ноября 1999 г.). – М., 2001. – С. 289–302.
173. Потапов В.В. Фонетические признаки гендера в слитной речи // Акустика и прикладная лингвистика: ежегодник Рос. акуст. общ-ва. – М., 2002. – Вып. 3. – С. 139–147.
174. Почепцов О.Г. Языковая ментальность: способ представления мира // Вопросы языкознания. – 1990. – № 6. – С. 110–122.
175. Прокудина О.Н. Гендерный дискурс-анализ речевых стратегий женской языковой личности: на материале русской и английской диалогической речи: дис. ...канд. филол. наук. – Кемерово, 2002. – 209 с.
176. Психология. Словарь / под общ. ред. А.В. Петровского, М.Г. Ярошевского. – 2-е изд., испр. и доп. – М.: Политиздат, 1990. – 494 с.
177. Пушкарева Н.Л. Гендерные исследования и исторические науки // Гендерные исследования. – 1999. – № 3. – С. 166–186.
178. Репина Т.А. Анализ теорий полоролевой социализации в современной западной психологии // Вопросы психологии. – 1987. – № 2. – С. 158–165.
179. Репина Л.П. Женщины и мужчины в истории: новая картина европейского прошлого. Очерки. Хрестоматия. – М.: РОССПЭН, 2002. – С. 320–332.
180. Русский ассоциативный словарь. Кн. 3: Прямой словарь: от стимула к реакции: ассоциативный тезаурус современного рус. яз. Часть II / Ю.Н. Караулов, Ю.А. Сорокин, Е.Ф. Тарасов, Н.В. Уфимцева, Г.А. Черкасова. – М.: «Помовский и партнеры», 1996. – 212 с.
181. Русский язык по данным массового обследования: опыт социально-лингвистического исследования / под ред. Л.П. Крысина. – М.: Наука, 1974. – 352 с.
182. Рябова Т.Б. Стереотипы и стереотипизация как проблема гендерных исследований // Личность. Культура. Общество. – 2003. – Т.V, вып. 1-2 (15–16). – С. 120–139.
183. Рябова Т.Б. Гендерные стереотипы в политической сфере современного российского общества: социологический анализ: автореф. ... д-ра социол. наук. – Н. Новгород, 2009. – 45 с.
184. Садыкова И.А. Этнокультурные традиции в речевом поведении личности (2003) [Электронный ресурс]. – URL: <http://www.ksu.ru> (дата обращения: 10.02.2020).

185. Санников В.З. Русский язык в зеркале языковой игры. – М.: Языки русской культуры, 1999. – 544 с.
186. Семендяева О.Ю. Критический анализ концепции «стереотипа» в социальной психологии США // Социологические теории и социальные изменения в современном мире. – М., 1986. – С. 184-196.
187. Семенова Д.В. Гендерный аспект концептуального анализа лексем «мужчина» и «женщина»: на материале фразеологии английского, русского и кабардинских языков: дис. ... канд. филол. наук. – Нальчик, 2006. – 181 с.
188. Сепир Э. Избранные труды по языкознанию и культурологии. – М.: Прогресс, 1993. – 656 с.
189. Синельникова А.В. Лингвокультурные особенности фольклорной стереотипии: сопоставительный аспект (на материале французских и итальянских народных сказок): дис. ... канд. филол. наук. – Челябинск, 2007. – 160 с.
190. Сиротинина О.Б. Человек и его язык // Вопросы стилистики. – Саратов: Изд-во Саратовского университета, 1996. – Вып. 26. – С. 3–8.
191. Словарь ассоциативных норм русского языка / под. ред А.А. Леонтьева. – М.: МГУ, 1977. – 192 с.
192. Смелзер Н. Социология: пер. с англ. – М.: Феникс, 1994. – 688 с.
193. Современная западная социология: словарь / сост. Ю.Н. Давыдов, М.С. Ковалева, А.Ф. Филиппов. – М.: Изд-во полит. лит-ры, 1990. – 432 с.
194. Соловьева Н.С. Динамика гендерных стереотипов в английской и русской языковых картинах мира (на материале фразеологии): дис. ... канд. филол. наук. – Волгоград, 2008. – 227 с.
195. Сорокин П.А. Человек. Цивилизация. Общество. – М.: Политиздат, 1992 – 543 с.
196. Сорокин Ю.А. Стереотип, штамп, клише: к проблеме определения понятий // Общение: теоретические и прагматические проблемы. – М.: ИЯ АН СССР, 1998. – С. 133–138.
197. Спивак Д.Л. Измененные состояния сознания: психология и лингвистика. – СПб.: Ювента; филол. факультетт СПбГУ, 2000. – 296 с.
198. Стернин И.А. Некоторые жанровые особенности мужского коммуникативного поведения // Жанры речи: сборник научных статей. – Саратов: Изд-во Гос. учеб.-науч. центра «Колледж». – 1999. – № 2. – С. 178–185.
199. Стернин И.А. Общение с мужчинами и женщинами. – Воронеж, 2001. – 35 с.
200. Стернин И.А. Избранные работы. Теоретические и прикладные проблемы языкознания / науч. ред. З.Д. Попова. – Воронеж: Истоки, 2008. – С. 253–281.

201. Стефаненко Т.Г. Социальные стереотипы и межэтнические отношения // Общение и оптимизация совместной деятельности / под ред. Г.М. Андреевой, Я. Яноушека. – М.: Изд-во Моск. ун-та, 1987. – С. 242–250.
202. Стефаненко Т.Г. Этнопсихология. – М.: Ин-т психол. РАН; Академический проект, 1999. – 320 с.
203. Табурова С.К. Гендерные аспекты поведения парламентариев (на материале парламентских дебатов в ФРГ) // Социологические исследования. – 1999. – № 9. – С. 84–92.
204. Таннен Д. Ты просто меня не понимаешь: женщины и мужчины в диалоге // Гендер и язык / Московский гос. лингв. ун-т; Лаборатория гендерных исследований. – М.: Языки славянской культуры, 2005. – С. 235–505.
205. Тарасов Е.Ф. К построению теории межкультурного общения // Языковое сознание: формирование и функционирование. – М., 1998. – С. 30–34.
206. Тарасов Е.Ф. Язык как средство трансляции культуры // Язык как средство трансляции культуры. – М.: Наука, 2000. – С. 45–54.
207. Тарасов Е.Ф. Языковое сознание // Вопросы психолингвистики. – 2004. – № 2. – С. 34–47.
208. Телия В.Н. Коннотативный аспект семантики номинативных единиц. – М.: Наука, 1986. – 143 с.
209. Телия В.Н. Русская фразеология: семантический, прагматический и лингвокультурологический аспекты. – М.: Языки русской культуры, 1996. – 286 с.
210. Тер-Минасова С.Г. Язык и межкультурная коммуникация: учеб. пособие. – М.: Слово/Slovo, 2000. – 624 с.
211. Тимофеев В.П. Социолингвистические факторы в развитии современного русского языка // Очерки по социолингвистике: учен. зап. Шадринского пед. ин-та. – Шадринск, 1971. – С. 9–28.
212. Тихомирова М.А., Никоновой Ф.И. Дифференциация языка по полу говорящего // Благословенны первые шаги: сб. работ молодых исследователей. – Магнитогорск, 1997. – С. 70–81.
213. Томпсон Дж. Л., Пристли Дж. Социология: вводный курс: пер. с англ. – Львов: Инициатива; М.: АСТ, 1998. – 491 с.
214. Тоффлер Э. Третья волна. – М.: АСТ, 1999. – С. 276–277.
215. Тупицына И.А. Гендерные стереотипы и жизненный путь человека // Практикум по гендерной психологии / под ред. И.С. Клециной. – СПб., 2003. – 479 с.
216. Усманова М.В. Гендерная специфика когнитивных моделей ситуаций (на материале устных спонтанных монологов): учеб. пособие по спецкурсу. – Пермь: Изд-во Перм. ун-та, 2006. – 152 с.

217. Уфимцева Н.В. Русские: опыт еще одного самопознания // Этнокультурная специфика языкового сознания: сб. науч. тр. – М., 1996. – С. 139–163.
218. Уфимцева Н.В. Ассоциативный тезаурус русского языка как модель языкового сознания русских // Языковое сознание: теоретические и прикладные аспекты. – М., Барнаул, 2004. – С. 188–202.
219. Уэст К., Зиммерман Д. Создание гендера (doing gender) // Хрестоматия феминистских текстов. Переводы / под ред. Е. Здравомысловой, А. Темкиной. – СПб.: Дмитрий Буланин, 2000. – С. 193–220.
220. Фомин А.Г. Психолингвистическая концепция гендерной языковой личности: дис. ... д-ра филол. наук. – Барнаул, 2004. – 357 с.
221. Фролов С.С. Социология: учеб. для высших учебных заведений. – М.: Наука, 1994. – 256 с.
222. Фролова О.Н. Национально-культурная специфика стереотипа: на материале немецкого языка: дис. ... канд. филол. наук. – М., 2009. – 191 с.
223. Хакимова Г.Ш. К вопросу о методологии гендерных исследований в лингвистике (2003) [Электронный ресурс]. – URL: http://bsunet.ruevrazia/f_s/f_hakimova.rtf (дата обращения: 20.02.2020).
224. Хубер Дж. Теория гендерной стратификации // Антология гендерной теории. – Минск: Пропилеи, 2000 – С. 77–98.
225. Чернейко Л.О. Оценка в знаке и знак в оценке // Филологические науки. – 1990. – № 2. – С. 72-82.
226. Черноусова А.С. Лексическая единица и ее запоминание: социолингвистическое исследование: автореф. дис. ... канд. филол. наук. – Пермь, 2008. – 23 с.
227. Чумак-Жунь И.И. Лексико-семантическое поле цвета в языке поэзии И.А. Бунина: состав и структура, функционирование: дис. ... канд. филол. наук. – Киев, 1996. – 187 с.
228. Шаова О.А. Россия и Франция: национальные стереотипы и их метафорическая репрезентация: на материале французских и российских газет: дис. ... канд. филол. наук. – Екатеринбург, 2005. – 207 с.
229. Швейцер А.Д., Никольский Л.Б. Введение в социолингвистику. – М.: Высш. школа, 1978. – 216 с.
230. Шерковкин Ю.Л. Социальная психология: учебник / под ред. В. Предвечного. – М.: Политиздат. 1975. – 320 с.
231. Шибутани Т. Социальная психология. – Ростов н/Д: Феникс, 1999. – 544 с.
232. Шихирев П.Н. Исследование социального стереотипа в американской социальной науке // Вопросы философии. – 1971. – № 5. – С. 168–175.
233. Шихирев П.Н. Современная социальная психология. – М.: ИП РАН; КСП+, Екатеринбург: Деловая книга, 2000. – 448 с.

234. Штерн А.С. Перцептивный аспект речевой деятельности. – СПб.: Изд-во С.-Петербур. ун-та, 1992. – 236 с.
235. Щепанская Т.Б. Женщина, группа, символ (на материале молодежной субкультуры) // Этнические стереотипы мужского и женского поведения. – СПб.: Наука, 1991. – С. 17–29.
236. Эко У. Отсутствующая структура. Введение в семиологию. – М.: Симпозиум, 2004. – 544 с.
237. Юферева Т.И. Формирование представлений подростков о мужественности-женственности как одно из условий подготовки молодежи к семейной жизни // Психолого-педагогические проблемы воспитания детей в семье и подготовки молодежи к семейной жизни. – М., 1980. – С. 92.
238. Ягубова М.А. Оценка в разговорной речи мужчин и женщин // Языковая личность: социолингвистические и эмотивные аспекты. – Волгоград – Саратов: Перемена, 1998. – С. 43–54.
239. Ядов В.А. К вопросу о теории «стереотипизации» в социологии // Философские науки. – 1960. – № 2. – С. 47–58.
240. Ярская-Смирнова Е.Р. Социокультурная репрезентация гендерных отношений // Социокультурный анализ гендерных отношений. – Саратов: Изд-во Сарат. ун-та, 1998. – С. 4–12.
241. A Dictionary of the social science / ed. J. Gould, W.L. Kolb. – Lnd.: Tavistok, 1964. – 764 p.
242. Adomo T.W. The authoritarian personality. – New York, 1950. – P. 31–38.
243. Allport G.W. The nature of prejudice. – New York, 1958. – 32 p.
244. Ashmore R.D., Del Boca F.K., Wohlers A.J. The social psychology of female – male relations: a critical analysis of central concepts. – New York, 1986. – P. 69–119.
245. Banaji M. Hardin C. Automatic stereotyping // Psychological science. – 1996. – Vol. 7, № 3. – P. 136–141.
246. Basow S.A. Gender stereotypes and roles. – Pacific Grove, 1992. – 447 p.
247. Bem S. Sex role adaptability – one consequence of psychological androgyny // J. of Pers. and Soc. Psuchol. – 1975. – № 31. – P. 634–643.
248. Bem S.L., Bem D.J. Case study of non-conscious ideology: Training the women to know their place // ed/ D.J. Bern; Beliefs, attitudes and human affairs. – Belmont, Calif.: Brooks Cole, 1970. – P. 56–78.
249. Bettlheim B., Janowicz M. Social change and predjudice. – New York, 1966. – P. 150.
250. Bogardus E.S. Stereotypes versus Sociotypes // Sociological and Social Research. – 1950. – Vol. 34. – P. 286–291.
251. Brend R. Male – Female intonation patterns in American English // Language and sex: difference and dominance. – Rowley (Mass), 1975. – P. 84–87.

252. Brown P., Levinson S. Politeness: some universals of language usage. – Cambridge: Cambridge University Press, 1987. – 345 p.
253. Cameron D. Feminism and linguistic theory. – McMillan Press Ltd., 1992. – 247 p.
254. Cameron D. The feminist critique of language. A Reader. – New York, Routledge, 1998. – P. 323–347.
255. Coates J. Women, men and language. – London: Longman. – 1993. – № 4. – 228 p.
256. Coates J., Cameron D. Gossip revisited language in all-female groups // Women in their speech communities. – Longman Inc., 1988. – P. 94–123.
257. Coates J., Cameron D. Women in their speech communities. – New York, 1989. – 392 p.
258. Crouch I., Dubois B.L. The question of tag-questions in women's speech: they don't really use more of them, don't they // Language in Society. – 1975. – № 4. – P. 289–294.
259. De Fransisco V. The sounds of silence: how men silence women in marital relations // Discourse and Society. – 1991. – № 2(4). – P. 413–424.
260. Deuchar M. A pragmatic account of women's use of standard speech // Women in their speech communities / J. Coates, D. Cameron (eds). – London: Longman, 1989. – P. 27–32.
261. Doise W. Images, representations collectives et ideologies dans la psychologie sociale // Soc. Sci. Int. – 1978a. – Vol. 17(1) – P. 41–69.
262. Doise W., Deschamps J.-C., Mugny G. Psychologie sociale expérimentale. – Paris: Armand Colin, 1978b. – 264 p.
263. Eakins B., Eakins R.G. Sex Differences in human communication. – Boston: Houghton Mifflin Company, 1978. – 217 p.
264. Edelsky C., Adams K. Creating inequality: breaking the rules in debates // Journal of Language and Social Psychology. – 1990. – № 9. – P. 171–190.
265. Fausto-Sterling A. Myths of gender: biological theories about women and men. – New York: Basic Books, 1985. – 258 p.
266. Fishman P. Conversational insecurity // The Feminist Critique of Language: a reader / D. Cameron. – London: Longman, 1998. – P. 253–260.
267. Fishman P. Interaction: the work women do // Social Problems. – 1978. – № 24. – P. 397–406.
268. Gagnon J., Henderson B. The social psychology of sexual development // Marriage and Family in a Changing Society / ed. by J. Henslin. – New York: Free Press, 1985. – P. 145–151.
269. Garfinkel H. Studies in ethnomethodology. Englewood Cliffs (NJ): Prentice-Hall, 1967.
270. Goddard A., Patterson L.M. Language and gender. – London: Routledge, 2000. – 122 p.

271. Goffman E. Gender display // *Studies in the Anthropology of Visual Communication*. – 1976. – Vol. 3. – P. 69–77.
272. Hartman M. A descriptive study of the language of men and women born in Maine around 1900 as it reflects the Lakoff hypotheses in «Language and Woman's Place» // *The Sociology of the Languages of American Women* / B. Dubois, E. Crouch. – San Antonio, Texas: Trinity University, 1976. – P. 81–90.
273. Holmes J. Functions of “you know” in women's speech // *Language in Society*. – 1986. – № 15. – P. 1–21.
274. Holmes J. Hedging, fencing and other conversational gambits: an analysis of gender differences in New Zealand speech // *Women and Language in Australian and New Zealand Society* / A. Pauwels. – Sydney: Australian Professional Publications, 1987. – P. 59–79.
275. Holmes J. Women, men and politeness. – London: Longman, 1995. – 254 p.
276. Hunter J.E. Images of women // *Journal of Social Issues*. – 1976. – № 32. – P. 95–99.
277. James D., Clark S. Women, men and interruptions // *Gender and Conversational Interaction*. – New York: Oxford University Press, 1993. – P. 231–280.
278. Jespersen O. *Language: its nature, development and origin*. – London, 1922 (1975).
279. Johnstone B., Ferrara K., Bean M. Gender, politeness and discourse management in same-sex and cross-sex opinion-poll interviews // *Journal of Pragmatics*. – 1992. – № 18. – P. 405–430.
280. Jones D. Gossip: Notes on women's oral culture // *The Voices and Words of Women and Men* / Ch. Kramer. – Oxford: Pergamon Press, 1980. – P. 193–198.
281. Kendal Sh., Tannen D. *Language in the workplace* // *Gender and Discourse* / R. Wodak. – Thousand Oaks, New Dehli: SAGE Publications, 1997. – P. 81–105.
282. Klineberg O. Tension, affecting international understanding // *Social science research counsel*. – Bulletin. – 1950. – Vol. 4. – P. 124–136.
283. Komarovsky M. Cultural contradictions and sex roles // *American Journal of Sociology*. – 1946. – Vol. 52. – P. 184–189.
284. Komarovsky M. Functional analysis of sex roles // *American Sociological Review*. – 1950. – Vol. 15. – P. 508–516.
285. Kotthoff H. Die Geschlechter in der Gesprächsforschung. Hierarchien, Theorien, Ideologien // *Der Deutschunterricht*, 1996. Nr. 1. – S. 9–15.
286. Labov W. The intersection of sex and social class in the cause of linguistic change // *The Sociolinguistics Reader: gender and discourse* / J. Cheshire, P. Trudgill. – London, 1998. – Vol. 2. – P. 7–52.

287. Labov W. Variation in language // *The Learning of Language*. National Council of Teachers of English / C.E. Reed. – New York, 1971. – P. 187–221.
288. Lakoff R. *Language and women's place*. – New York: Harper and Row, 1975. – 83 p.
289. Lapadat J., Seesahai M. Male versus female codes in informal contexts // *Sociolinguistics Newsletter*. – 1977. – № 8. – P. 7–8.
290. Leet-Pellegrini H. Conversational dominance as a function of gender and expertise // *Language: Social Psychological Perspectives* / H.R. Giles, W. Peters, P.M. Smith. – Oxford: Pergamon Press, 1980. – P. 97–104.
291. Linton R. *The study of man*. – New York: Appleton-Century, 1936. – 320 p.
292. Macaulay R. The myth of female superiority in language // *Journal of Child Language*. – 1978. – № 5. – P. 353–363.
293. Maccoby E., Jacklin C. *The psychology of sex differences*. – Stanford: Univ. Press, 1974. – 202 p.
294. Maltz D., Borker R.A *Cultural approach to male-female miscommunication* // *Language and Social Identity*. – Cambridge: Cambridge University Press, 1982. – P. 195-216.
295. Martin J.G. *The tolerant personality*. – Detroit, 1964. – P. 12–13.
296. McElhinny B., Hall K., Bucholtz M. Challenging hegemonic masculinities: female and male police officers handling domestic violence // *Gender Articulated: Language and the Socially Constructed Self*. – New York, London: Oxford University Press, 1995. – P. 217–244.
297. McKee I.P., Sherriffs A.C. The differential evaluation of males and females // *J. of Pers.* – 1957. – № 25. – P. 356–371.
298. Money J. *Venus penuses: sexology, sexosophy and exigency theory*. – Buffalo (NY): Prometheus Press. 1986. – 659 p.
299. Money J., Tacker P. *Sexual signatures: on being a man or a woman*. – Boston: Little, Brown. 1975. – 250 p.
300. Oakley A. *Sex, gender and society*. – London: Maurice Temple Smith Ltd., 1972. – 225 p.
301. O'Hara. *Media for the millions*. – New York, 1961. – P. 45–76.
302. Okamoto Sh. "Tasteless" Japanese: less "feminine" speech among young Japanese women // *Gender Articulated: Language and the Socially Constructed Self* / K. Hall, M. Bucholtz. – New York, London: Oxford University Press, 1995. – P. 297–328.
303. Parsons T. *The social system*. – New York: Free Press, 1951. – 552 p.
304. Parsons T., Bales R. *Family socialization and interaction process*. – London: Routledge & Kegan Paul, 1956. – 422 p.
305. Quasthoff U. The uses of stereotype in everyday argument // *Journal of pragmatics*. – 1978. – Vol. 2. – P. 1-48.

306. Renzetti Claire M., Curran Daniel J. Women, men, and society. – 3rd ed. – Boston: Allyn and Bacon, 1995. – 610 p.
307. Rubin G. The traffic in women: notes on the political economy of sex // Toward an Anthropology of Women. – New York: Reiter R.R. Monthly Review Press, 1975. – P. 234–258.
308. Spender D. Extracts from man made language // The Feminist Critique of Language: A Reader. – 2nd edition. – London, New York: Routledge, 1998. – P. 93–99.
309. Spender D. Man made language. – London, 1980 – 188 p.
310. Stoller R. Presentation of gender. – New Haven (CT): Yale University, 1985. – P. 45.
311. Stoller R. Sex and gender: on the development of masculinity and femininity. – New York City: Science House, 1968 – 383 p.
312. Taguiry R. Person perception // The Handbook of social psychology / J. Lindzey, E. Aronson (eds.). – 1969. – Vol. 3. – 422 p.
313. Tajfel H. Human groups and social categories: Studies in social psychology. – Cambridge: Univ. Press, 1981. – P. 145.
314. Tajfel H. Social identity and intergroup relations. – Cambridge; Paris, 1982 – P. 67-86.
315. Tannen D. The relativity of linguistic strategies; rethinking power and solidarity in gender and dominance // Gender and Discourse. – Oxford: Oxford University Press, 1994. – P. 19–52.
316. Thore B., Kramaree C., Henley N. Language, gender and society: opening second decade of research // Language, Gender and Society. – London, 1983. – P. 7–24.
317. Trudgill P. The social differentiation in English of Norwich. – Cambridge, 1974. – 95 p.
318. Vinacke E.W. Stereotypes as social concepts // The Journal of Social Psychology. – 1957. – Vol. 46. – P. 229–243.
319. Williams J.E., Best D.L. Measuring sex stereotypes. A thirty-nation study. – Beverly Hills, CA: Sage, 1982. – 368 p.
320. Williams J.E., Best D.L. Sex and psyche: gender and self viewed cross-culturally. – Beverly Hills, Sage, 1990.
321. Zimmerman D., West C. Sex roles, interruptions and silences in conversation // Language and sex: difference and dominance / B. Thorne, N. Henley. – Newbury House, Powley, Massachusetts, 1975. – P. 105–129.

ПРИЛОЖЕНИЕ

Таблица 1

Социальные характеристики информантов

№ информанта	Пол	Возраст	Образование	Специальность
1	муж	33	высшее	негум (САД)
2	муж	31	высшее	негум (врач-травмотолог)
3	муж	25	высшее	негум (металловедение)
4	муж	27	высшее	негум (инженер)
5	муж	30	высшее	негум (стоматолог)
6	муж	31	высшее	негум (программист)
7	муж	32	высшее	негум (САД, преподаватель)
8	муж	27	высшее	негум (информатика)
9	муж	27	высшее	негум (программист)
10	муж	30	высшее	гуман (историк)
11	муж	23	высшее	гуман (политолог)
12	муж	25	высшее	гуман (политолог)
13	муж	33	высшее	гуман (психолог)
14	муж	29	высшее	гуман (преподаватель ин.языков)
15	муж	26	высшее	гуман (юрист)
16	муж	38	высшее	гуман (юрист)
17	муж	39	высшее	гуман (филолог)
18	муж	25	высшее	гуман (юрист)
19	муж	20	среднее	негум (САД)
20	муж	31	среднее	негум (САД)
21	муж	20	среднее	негум (САД)
22	муж	38	среднее	негум (водитель)
23	муж	26	среднее	негум (САД)
24	муж	30	среднее	негум (САД)
25	муж	31	среднее	негум (САД)
26	муж	27	среднее	негум (САД)
27	муж	24	среднее	негум (фельдшер)
28	муж	19	среднее	гуман (философия)
29	муж	19	среднее	гуман (философия)
30	муж	19	среднее	гуман (философия)
31	муж	18	среднее	гуман (философия)
32	муж	21	среднее	гуман (философия)
33	муж	19	среднее	гуман (философия)
34	муж	18	среднее	гуман (философия)
35	муж	18	среднее	гуман (философия)
36	муж	27	среднее	гуман (менеджмент)
37	муж	40	высшее	негум (биофизик-иммунолог)
38	муж	40	высшее	негум (инженер)
39	муж	42	высшее	негум (инженер)
40	муж	40	высшее	негум (энергетик)
41	муж	40	высшее	негум (инженер)
42	муж	43	высшее	негум (радиофизик)
43	муж	52	высшее	негум (инженер)
44	муж	47	высшее	негум (инженер-электрик)

№ инфор-манта	Пол	Возраст	Образование	Специальность
45	муж	47	высшее	негум (САД)
46	муж	46	высшее	гуман (преподаватель истории)
47	муж	41	высшее	гуман (социолог)
48	муж	63	высшее	гуман (юрист)
49	муж	52	высшее	гуман (филолог)
50	муж	45	высшее	гуман (юрист)
51	муж	54	высшее	гуман (филолог)
52	муж	40	высшее	гуман (юрист)
53	муж	41	высшее	гуман (преподаватель истории)
54	муж	42	высшее	гуман (юрист-адвокат)
55	муж	48	среднее	негум (водитель)
56	муж	47	среднее	негум (водитель)
57	муж	54	среднее	негум (водитель)
58	муж	47	среднее	негум (водитель)
59	муж	47	среднее	негум (САД)
60	муж	48	среднее	негум (САД)
61	муж	42	среднее	негум (электрик)
62	муж	49	среднее	негум (САД)
63	муж	52	среднее	негум (САД)
64	муж	40	среднее	гуман (художник)
65	муж	43	среднее	гуман (художник)
66	муж	43	среднее	гуман (художник)
67	муж	41	среднее	гуман (художник)
68	муж	43	среднее	гуман (художник)
69	муж	42	среднее	гуман (учитель музыки)
70	муж	40	среднее	гуман (экономист)
71	муж	45	среднее	гуман (художник)
72	муж	46	среднее	гуман (художник)
73	жен	28	высшее	негум (математик)
74	жен	33	высшее	негум (бухгалтер)
75	жен	28	высшее	негум (учитель математики и информатики)
76	жен	24	высшее	негум (технолог переработки сельскохозяйственной продукции)
77	жен	24	высшее	негум (инженер)
78	жен	27	высшее	негум (учитель химии-биологии)
79	жен	26	высшее	негум (инженер)
80	жен	27	высшее	негум (архитектор)
81	жен	30	высшее	негум (математик)
82	жен	23	высшее	гуман (филолог)
83	жен	33	высшее	гуман (психолог)
84	жен	32	высшее	гуман (филолог)
85	жен	31	высшее	гуман (журналист)
86	жен	24	высшее	гуман (психолог)
87	жен	22	высшее	гуман (социолог)
88	жен	26	высшее	гуман (филолог)
89	жен	25	высшее	гуман (филолог)
90	жен	39	высшее	гуман (филолог)
91	жен	20	среднее	негум (экономист)
92	жен	19	среднее	негум (экономист)
93	жен	18	среднее	негум (экономист)
94	жен	35	среднее	негум (экономист, бухгалтер)

№ информ-мента	Пол	Возраст	Образование	Специальность
95	жен	35	среднее	негум (экономист, бухгалтер)
96	жен	24	среднее	негум (САД)
97	жен	19	среднее	негум (САД)
98	жен	19	среднее	негум (САД)
99	жен	19	среднее	негум (САД)
100	жен	18	среднее	гуман (филолог)
101	жен	19	среднее	гуман (филолог)
102	жен	20	среднее	гуман (филолог)
103	жен	19	среднее	гуман (филолог)
104	жен	19	среднее	гуман (философия)
105	жен	19	среднее	гуман (филолог)
106	жен	18	среднее	гуман (филолог)
107	жен	19	среднее	гуман (филолог)
108	жен	19	среднее	гуман (филолог)
109	жен	48	высшее	негум (преподаватель информатики)
110	жен	50	высшее	негум (преподаватель математики)
111	жен	52	высшее	негум (преподаватель математики)
112	жен	47	высшее	негум (преподаватель математики)
113	жен	45	высшее	негум (преподаватель математики)
114	жен	43	высшее	негум (преподаватель математики)
115	жен	50	высшее	негум (преподаватель математики)
116	жен	52	высшее	негум (технолог)
117	жен	45	высшее	негум (преподаватель информатики)
118	жен	41	высшее	гуман (социолог)
119	жен	41	высшее	гуман (психолог)
120	жен	62	высшее	гуман (историк)
121	жен	45	высшее	гуман (психолог)
122	жен	41	высшее	гуман (филолог)
123	жен	53	высшее	гуман (социальный педагог)
124	жен	49	высшее	гуман (преподаватель ин.языков)
125	жен	45	высшее	гуман (филолог)
126	жен	51	высшее	гуман (филолог)
127	жен	46	среднее	негум (медсестра)
128	жен	49	среднее	негум (кондуктор)
129	жен	52	среднее	негум (фельдшер)
130	жен	45	среднее	негум (медсестра)
131	жен	43	среднее	негум (повар)
132	жен	54	среднее	негум (повар)
133	жен	49	среднее	негум (электромонтер)
134	жен	50	среднее	негум (кондуктор)
135	жен	49	среднее	негум (кондуктор)
136	жен	42	среднее	гуман (учитель рисования)
137	жен	40	среднее	гуман (воспитатель)
138	жен	43	среднее	гуман (воспитатель)
139	жен	45	среднее	гуман (воспитатель)
140	жен	43	среднее	гуман (учитель рисования)
141	жен	40	среднее	гуман (учитель рисования)
142	жен	40	среднее	гуман (воспитатель)
143	жен	45	среднее	гуман (учитель музыки)
144	жен	43	среднее	гуман (музыковед)

**Частота реакций информантов
по социальным группам в стереотипе маскулинности**

Реакции	ОБЩ	Ж	М	1	2	Г	НГ	В	С
сила/сильный/физическая сила	66	34	32	45	21	31	35	37	29
аналитический ум/острота ума/ум/умный/умница	51	32	19	29	22	25	26	26	25
анятый/работа/работать/работать допоздна/ работник/работоспособный/работящий/ работяга/трудяга/трудоголик/трудолюбивый	33	13	20	15	18	15	18	11	22
амбициозный/бизнес/богатый/деловой/ карьер- ера/карьерист/ солидный/состоявшийся/ состоятельный/статус/успешность/человек дела/selfmademan	31	20	11	20	11	14	17	19	12
ответственность/ответственный	31	13	18	11	20	17	14	18	13
деньги/доход/добытчик/зарабатывать деньги/ зарабатывающий деньги/заработная плата/ заработок/кормилец	30	20	10	15	15	12	18	19	11
мужество/мужественность/мужественный	25	13	12	11	14	9	16	12	13
надежность/надежный/опора/опора в семье/ стена, за которой можно чувствовать себя защищенной	25	21	4	10	15	14	11	15	10
отвага/смелость/смелый/храбрость/храбрый	25	12	13	13	12	8	17	7	18
сдержанный/спокойный/спокойствие/ стремящийся скрывать и подавлять эмоции/ самообладание/сдерживающий эмоции, уравновешенный	23	10	13	16	7	10	13	14	9
отец/папа/продолжатель потомства	21	16	5	12	9	11	10	15	6
активность/активный/быстрый/ловкий/ подвижный, энергичный	20	10	10	7	13	10	10	12	8
веселый/балагур/чувство юмора	20	7	13	13	7	12	8	9	11
упертый/упорство/целеустремленность/ целеустремленный	20	0	20	9	11	13	7	17	3
вежливый/воспитанный/доброжелательный/ дружелюбный/интеллигентный/культурный/ приветливый/тактичный	17	9	8	4	13	9	8	6	11
важный/самоуверенный/самодостаточный/ уверенность/уверенный	17	8	9	14	3	12	5	10	7
бабник/гуляка/гулящий/Казанова/кобель/ "кобелиный образ жизни"/неверный/ поли- гамный/похотливый/самец/ склонный к из- мене	16	9	7	12	4	4	12	7	9
доброта/добрый/добряк	15	13	2	8	7	7	8	6	9
забота/заботливый	15	9	6	6	9	7	8	5	10
защита/защитник	15	9	6	5	10	10	5	10	5
принимающий решения/решительность/ решительный/широкий спектр решаемых задач	14	7	7	7	7	10	4	11	3
глава семьи/защитник семьи/ семейный/семьянин/хозяин дома	14	8	6	5	9	10	4	7	7
ведущий за собой массы/ лидер/лидерство/лидирующий	13	2	11	11	2	6	7	7	6
муж	13	11	2	5	8	8	5	9	4

Реакции	ОБЩ	Ж	М	1	2	Г	НГ	В	С
любящий/любящий отец/любящий муж	12	10	2	2	10	8	4	5	7
правдивый/справедливый, честный	12	2	10	3	9	8	4	10	2
авторитетный/властный/власть/ главный/глава	11	5	6	5	6	8	3	6	5
воля/волевой/сила воли	11	3	8	7	4	5	6	2	9
рассудительность/рассудительный/ рациональный/приоритет разума	11	3	8	3	8	7	4	9	2
автомобиль/водить авто	9	3	6	7	2	4	5	5	4
порядочность/порядочный	9	6	3	2	7	1	8	7	2
выносливость/выносливый	8	4	4	2	6	2	6	1	7
друг/дружба/друзья/товарищ/крепкая муж- ская дружба	8	3	5	5	3	1	7	3	5
интеллектуальный/интеллект/эрудированный	8	2	6	1	7	8	0	2	6
умелый/умелец	8	6	2	1	7	6	2	3	5
аккуратный/опрятный/чистоплотный	7	4	3	4	3	0	7	3	4
брутальный/мачо	7	3	4	6	1	5	2	1	6
грубость/грубый/грубиян	7	3	4	3	4	1	6	1	6
малообщительный/молчаливый/ неприветливый/немногословный	7	2	5	3	4	4	3	5	2
начальник/руководитель/управлять	7	3	4	4	3	5	2	7	
суровость/суровый/строгость/строгий	7	2	5	5	2	4	3	2	5
внимательный	6	6	0	0	6	1	5	5	1
алкоголь/выпивающий/пьющий/пьянство/ слегка пьян/	6	2	4	3	3	1	5	2	4
изобретатель/креативный/ созидающий/творческий	6	2	4	6	0	5	1	3	3
коммуникабельный/общительный/обсуждать проблемы/разговорчивый/	6	2	4	3	3	1	5	2	4
думать о сексе каждую секунду/ любвеобильный/сексуальный/чувственный/ ориентирующийся на физическое удовлетворение	6	3	3	4	2	4	2	1	5
твердый/твердость	6	4	2	3	3	4	2	4	2
эгоизм/эгоистичный	6	6	0	6	0	4	2	1	5
авантюрист/авантюрный	5	0	5	3	2	3	2	1	4
безответственный/необязательный/ непунктуальный	5	4	1	4	1	3	2	3	2
большой/верзила/крепкий/мощный	5	1	4	2	3	2	3	2	3
взаимопомощь/готовый помочь/готовый защитить женщину/поддержка/помощь/	5	3	2	3	2	2	3	2	3
находчивый/смекалистый	5	3	2	1	4	1	4	1	4
прямолинейность	5	3	2	4	1	1	4	2	3
прагматичность/расчетливость/расчетливый	5	3	2	5	0	3	2	3	2
стойкость/стойкий	5	1	4	3	2	1	4	2	3
сын/заботливый сын	5	5	0	2	3	1	4	5	0
талантливый	5	0	5	0	5	5	0	0	5
терпеливый/терпимость	5	3	2	3	2	1	4	2	3
упрямство/упрямый/твердолобый	5	4	1	3	2	3	2	4	1
футбол	5	1	4	5	0	4	1	4	1
щедрость	5	2	3	5	0	5	0	4	1
азартность/игры/игрок/казино	4	3	1	2	2	1	3	1	3
галантный	4	3	1	1	3	2	2	3	1

Реакции	ОБЩ	Ж	М	1	2	Г	НГ	В	С
действовать/деятельность/"сказал-сделал"	4	4	0	3	1	4	0	3	1
компетентный/мастер/профессиональный	4	1	3	3	1	0	4	3	1
лень/ленивый	4	1	3	2	2	2	2	2	2
неопрятный/неаккуратный/неряха/ небрежный	4	1	3	3	1	2	2	0	4
образованный/образование	4	2	2	0	4	2	2	2	2
оптимизм/оптимист/жизнерадостность	4	3	1	3	1	3	1	1	3
презентабельный/привлекательный	4	1	3	1	3	4	0	3	1
спортивный/спорт	4	2	2	3	1	1	3	3	1
темпераментный	4	1	3	1	3	2	2	2	2
должен все уметь делать по дому/ хозяйственный	4	4	0	1	3	1	3	3	1
импозантный/ модный/элегантный/ чувство стиля	4	4	0	2	2	3	1	2	2
агрессия/агрессивный	3	2	1	1	2	2	1	2	1
вредный	3	3	0	2	1	3	0	0	3
выбрит до синевы/выбритый	3	2	1	1	2	1	2	2	1
высокий	3	3	0	2	1	1	2	1	2
галстук	3	1	2	1	2	1	2	3	0
большой ребенок/инфантильный/мальчик	3	2	1	3	0	0	3	3	0
красивый	3	2	1	3	0	0	3	0	3
логика	3	1	2	1	2	2	1	3	0
мудрый	3	0	3	3	0	2	1	0	3
настойчивость	3	2	1	3	0	1	2	3	0
ласковый/нежный	3	2	1	1	2	2	1	0	3
непритязательность/неприхотливость	3	1	2	3	0	1	2	1	2
обаяние/обаятельный	3	3	0	2	1	1	2	1	2
пиво	3	1	2	3	0	2	1	2	1
постоянство	3	1	2	3	0	0	3	2	1
верный/преданность/преданный	3	1	2	3	0	0	3	0	3
правитель/правлящий/президент	3	0	3	2	1	3	0	1	2
пунктуальный/собранный	3	2	1	2	1	1	2	2	1
риск/рискующий/рискованный	3	0	3	2	1	1	2	2	1
рыбалка	3	0	3	1	2	0	3	2	1
любящий похвалу/самодовольный/ себялюбие	3	3	0	3	0	1	2	1	2
серьезный	3	1	2	3	0	1	2	2	1
слабость/слабый	3	3	0	2	1	2	1	3	0
трусость/трусливый/трус	3	2	1	1	2	2	1	1	2
уважаемый	3	0	3	0	3	3	0	3	0
харизматичный	3	2	1	3	0	2	1	1	2
благородный	2	2	0	1	1	1	1	0	2
боксер	2	1	1	1	1	1	1	1	1
бородатый/борода	2	2	0	1	1	2	0	2	0
вдумчивый/продуманность	2	2	0	1	1	2	0	1	1
дипломатичность/дипломат	2	1	1	2	0	1	1	1	1
доминантный/доминирующий	2	2	0	2	0	2	0	2	0
желанный	2	0	2	0	2	2	0	0	2
жестокость	2	1	1	1	1	2	0	1	1
жмот/скряга	2	1	1	0	2	1	1	0	2
знающий себе цену	2	2	0	2	0	1	1	1	1
инженерная мысль	2	1	1	1	1	1	1	2	0

Реакции	ОБЩ	Ж	М	1	2	Г	НГ	В	С
инициатор/инициативный	2	1	1	2	0	1	1	2	0
козел	2	2	0	1	1	0	2	2	0
логичность/логичный	2	2	0	1	1	2	0	1	1
любимый	2	2	0	1	1	1	1	2	0
любящий и понимающий искусство/ искусство	2	2	0	1	1	2	0	1	1
мечтательный/мечтатель	2	1	1	1	1	2	0	1	1
милый/приятный	2	1	1	0	2	0	2	1	1
небритый	2	2	0	2	0	1	1	0	2
независимость	2	1	1	2	0	0	2	1	1
некрасивый/немного красивее обезьяны	2	1	1	2	0	0	2	1	1
непосредственный	2	1	1	1	1	2	0	1	1
обманщик	2	1	1	1	1	0	2	2	0
охота	2	0	2	1	1	0	2	1	1
павлин	2	2	0	2	0	1	1	1	1
понимающий	2	2	0	0	2	1	1	2	0
развитый плечевой пояс/плечи	2	2	0	2	0	1	1	1	1
ревнивый	2	2	0	0	2	0	2	0	2
самостоятельный	2	1	1	2	0	0	2	1	1
свободный	2	0	2	2	0	2	0	2	0
системный	2	0	2	1	1	1	1	1	1
сосредоточенный	2	2	0	1	1	1	1	1	1
стабильность/стабильный	2	2	0	0	2	0	2	2	0
статный	2	0	2	1	1	0	2	0	2
стремительный/стремление	2	1	1	1	1	2	0	1	1
ученый/профессор	2	0	2	1	1	2	0	1	1
физическая активность/физический труд	2	1	1	2	0	1	1	2	0
философ	2	1	1	2	0	1	1	2	0
характер	2	1	1	2	0	1	1	2	0
хитрость/хитрый	2	2	0	2	0	1	1	1	1
черный цвет	2	0	2	2	0	2	0	2	0
честолюбие/честолюбивый	2	2	0	2	0	1	1	2	0
чувствительный/чуткий	2	1	1	1	1	1	1	0	2
отдых/развлечения	2	0	2	0	2	0	2	2	0
альфонс	1	1	0	1	0	0	1	1	0
аппетит	1	0	1	0	1	0	1	1	0
банька	1	1	0	1	0	1	0	0	1
беззащитность	1	1	0	1	0	0	1	0	1
бескомпромиссность	1	1	0	1	0	1	0	0	1
беспокоиться	1	0	1	1	0	1	0	1	0
бетонщик	1	0	1	0	1	1	0	1	0
битва	1	1	0	1	0	0	1	1	0
бомж	1	0	1	0	1	0	1	0	1
брат	1	1	0	1	0	0	1	1	0
брюки	1	0	1	0	1	0	1	1	0
взаимодействие	1	0	1	0	1	0	1	1	0
визуал	1	1	0	1	0	1	0	0	1
влюбчивый	1	0	1	0	1	1	0	1	0
возможности	1	1	0	1	0	1	0	0	1
воин	1	0	1	1	0	1	0	1	0
вспыльчивый	1	1	0	1	0	0	1	1	0
высокая скорость мышления	1	1	0	1	0	0	1	1	0

Реакции	ОБЩ	Ж	М	1	2	Г	НГ	В	С
высоконравственный	1	1	0	0	1	1	0	1	0
генерал	1	0	1	0	1	1	0	1	0
гений	1	1	0	0	1	0	1	1	0
Геракл	1	1	0	0	1	1	0	1	0
герой	1	1	0	1	0	0	1	1	0
гордость	1	1	0	1	0	1	0	0	1
добропорядочный	1	1	0	0	1	0	1	0	1
дружить с техникой	1	1	0	1	0	1	0	0	1
дурак	1	0	1	0	1	1	0	0	1
душа компании	1	1	0	1	0	0	1	0	1
заносчивость	1	0	1	1	0	0	1	1	0
здоровый образ жизни	1	0	1	0	1	0	1	1	0
идиот	1	1	0	0	1	0	1	1	0
изнеженный	1	1	0	1	0	1	0	0	1
интересный	1	1	0	1	0	1	0	0	1
ирония	1	0	1	0	1	0	1	1	0
искренность	1	1	0	1	0	0	1	0	1
исполнительность	1	0	1	0	1	0	1	0	1
камень	1	1	0	1	0	0	1	0	1
комплексы	1	1	0	1	0	1	0	1	0
конкретность действий	1	1	0	1	0	0	1	0	1
коричневый	1	1	0	1	0	0	1	1	0
красноречивый	1	1	0	0	1	1	0	1	0
криминал	1	0	1	1	0	1	0	1	0
курящий	1	0	1	1	0	0	1	0	1
лаконичность	1	0	1	0	1	0	1	1	0
либеральный	1	1	0	1	0	1	0	1	0
личность	1	0	1	1	0	1	0	0	1
ломкость	1	1	0	1	0	1	0	1	0
лохматый	1	1	0	1	0	1	0	1	0
льстивость	1	0	1	0	1	0	1	1	0
любовник	1	1	0	1	0	0	1	1	0
любовь к машинам	1	1	0	0	1	1	0	0	1
мало уделяющий внимание противоположному полу	1	1	0	1	0	1	0	1	0
масштабность	1	1	0	1	0	1	0	1	0
механик	1	1	0	1	0	1	0	0	1
могущественный	1	1	0	1	0	0	1	0	1
мститель	1	0	1	1	0	1	0	1	0
мышцы	1	1	0	1	0	1	0	0	1
на машине и с сигаретой	1	1	0	1	0	1	0	1	0
наглый	1	1	0	1	0	0	1	0	1
начищенные ботинки	1	1	0	0	1	1	0	1	0
не бросать слов на ветер	1	1	0	1	0	0	1	0	1
не врать	1	1	0	1	0	0	1	0	1
не деспот	1	1	0	0	1	1	0	1	0
неопределенность	1	1	0	1	0	0	1	0	1
непонимание намеков	1	1	0	1	0	1	0	1	0
нерешительный	1	1	0	1	0	1	0	0	1
неудовлетворенность	1	0	1	0	1	0	1	1	0
неумение правильно отдыхать после работы	1	1	0	1	0	1	0	1	0
носить официальный костюм	1	1	0	1	0	0	1	0	1

Реакции	ОБЩ	Ж	М	1	2	Г	НГ	В	С
носовой платок	1	0	1	0	1	0	1	1	0
нытик	1	1	0	1	0	1	0	0	1
обезьянка	1	1	0	1	0	1	0	1	0
обманываться	1	0	1	1	0	1	0	1	0
оболтус	1	0	1	0	1	1	0	0	1
обязательства	1	0	1	0	1	0	1	1	0
озабоченный	1	0	1	1	0	1	0	1	0
опытный	1	0	1	1	0	0	1	0	1
оратор	1	1	0	1	0	0	1	0	1
открытый	1	0	1	1	0	1	0	0	1
отрицательный тип	1	1	0	0	1	0	1	0	1
отстраненный	1	1	0	1	0	0	1	0	1
очень уважающий тещу	1	1	0	0	1	1	0	1	0
пахабный	1	1	0	1	0	1	0	0	1
песок	1	1	0	1	0	0	1	1	0
плотник	1	0	1	0	1	1	0	1	0
плохой	1	1	0	0	1	0	1	0	1
подвержен изменению	1	0	1	1	0	1	0	0	1
подкаблучник	1	1	0	1	0	0	1	1	0
понятный	1	0	1	1	0	1	0	0	1
последовательный	1	1	0	1	0	1	0	0	1
поэт	1	0	1	0	1	1	0	1	0
преемственность	1	1	0	1	0	1	0	1	0
приближен к природе	1	0	1	1	0	0	1	1	0
принципиальный	1	0	1	0	1	0	1	1	0
пророк	1	0	1	1	0	1	0	1	0
противостояние	1	0	1	0	1	0	1	1	0
пуп земли	1	1	0	1	0	1	0	0	1
рабочий	1	1	0	1	0	1	0	1	0
равнодушие	1	1	0	1	0	1	0	1	0
разносторонние интересы	1	1	0	1	0	0	1	0	1
распущенный	1	0	1	0	1	0	1	0	1
резкость	1	0	1	0	1	0	1	1	0
ректор	1	0	1	0	1	1	0	1	0
ремонтировать	1	1	0	0	1	1	0	1	0
решение внешних проблем	1	0	1	1	0	0	1	1	0
романтичность	1	1	0	1	0	1	0	0	1
рубашка	1	1	0	0	1	1	0	1	0
самокритичный	1	1	0	0	1	1	0	1	0
сигара	1	1	0	1	0	0	1	0	1
скромный	1	0	1	0	1	1	0	1	0
слащавый	1	1	0	0	1	1	0	1	0
слесарь	1	0	1	0	1	1	0	1	0
служивший в армии	1	0	1	0	1	0	1	0	1
советник	1	0	1	1	0	1	0	1	0
сообразительный	1	0	1	1	0	0	1	0	1
соперничество	1	1	0	1	0	1	0	0	1
специалист	1	0	1	1	0	0	1	0	1
старательный	1	0	1	1	0	0	1	1	0
старше женщины	1	1	0	1	0	1	0	1	0
стереотипность	1	1	0	1	0	1	0	1	0

Реакции	ОБЩ	Ж	М	1	2	Г	НГ	В	С
стратегия	1	0	1	0	1	0	1	1	0
страшный	1	1	0	0	1	0	1	1	0
строитель	1	0	1	0	1	0	1	0	1
стройный	1	0	1	1	0	0	1	0	1
султан	1	0	1	1	0	1	0	1	0
супермэн	1	0	1	1	0	1	0	1	0
терминатор	1	0	1	1	0	1	0	1	0
технар	1	0	1	1	0	0	1	1	0
толстый	1	0	1	0	1	1	0	1	0
точность	1	0	1	1	0	1	0	0	1
трансцендентный (т.е. <i>непознаваемый</i>)	1	0	1	1	0	1	0	1	0
трикстер (т.е. <i>не подчиняющийся общим правилам поведения</i>)	1	0	1	1	0	1	0	1	0
тугодум	1	1	0	0	1	0	1	0	1
увлеченный	1	0	1	1	0	0	1	1	0
уезжать	1	0	1	1	0	0	1	1	0
умение постоять за себя	1	1	0	1	0	0	1	0	1
умение расслабиться	1	0	1	1	0	1	0	0	1
упрощенное мироощущение	1	1	0	1	0	1	0	0	1
устойчивость	1	0	1	0	1	0	1	1	0
флирт	1	1	0	1	0	1	0	1	0
хищник	1	0	1	0	1	0	1	0	1
хладнокровие	1	1	0	1	0	1	0	0	1
хмурый	1	0	1	0	1	0	1	0	1
хобби	1	0	1	0	1	0	1	1	0
хороший	1	1	0	0	1	0	1	0	1
чинить краны	1	1	0	0	1	1	0	1	0
читающий	1	1	0	0	1	1	0	1	0
шовинист	1	1	0	1	0	1	0	0	1
шофер	1	0	1	0	1	1	0	1	0
щит	1	1	0	1	0	0	1	0	1
экстерьер	1	0	1	0	1	0	1	1	0
юноша	1	1	0	1	0	0	1	1	0
яхта	1	0	1	0	1	0	1	0	1
Всего	1202	637	565	662	540	604	598	645	557

Таблица 3

**Частота реакций информантов
по социальным группам в стереотипе фемининности**

Реакции	ОБЩ	Ж	М	1	2	Г	НГ	В	С
красивая/красота/красавица/красивая фигура/ красивые глаза/прекрасная	75	45	30	39	36	35	40	28	47
ласка/ласковая/мягкость/мягкая/нежность/нежная/обогревающая душу мужчины/теплота	62	30	32	33	29	32	30	34	28
дом/домашняя/домохозяйственная/домохозяйка/ очаг/со вкусом ведущая свой дом/хозяйственность/хозяйственная/хозяйка/хозяйюшка/хранительница домашнего очага	50	19	31	24	26	23	27	29	21

Реакции	ОБЩ	Ж	М	1	2	Г	НГ	В	С
милая/обаяние/обаятельная/обворожительная/ привлекательность/привлекательная/ притягательная/симпатичная/шарм	39	17	22	26	13	17	22	22	17
забота/заботливость/заботливая/забота о семейном очаге/забота о семье/заботиться/ курица-наседка	34	15	19	17	17	18	16	18	16
мама/мать/материнство/материнский инстинкт	33	12	21	16	17	20	13	20	13
ум/умная/умница	32	10	22	20	12	11	21	12	20
доброта/добрая	31	13	18	17	14	10	21	16	15
секс/сексуальность/сексуальная/ сексапильная/ чувственность/чувственная	25	14	11	13	12	9	16	12	13
любовь/любеобильная/любящая/любящая детей/любящая жена/любящая мать/умение любить	25	15	10	14	11	14	11	13	12
эмоциональность/эмоциональная/эмоции	24	14	10	13	11	19	5	12	12
жена	23	10	13	8	15	15	8	12	11
хитрость/хитрая/лиса/лукавство	20	8	12	14	6	8	12	11	9
женственность/женственная	19	13	6	5	14	12	7	8	11
внимательна к окружающим/отзывчивость/ понимающая/чувствительность/ чуткость/чуткая	19	9	10	13	6	9	10	12	7
терпение/терпеливая/терпимость	19	7	12	7	12	5	14	12	7
слабость/слабая/физическая слабость	14	6	8	7	7	5	9	8	6
много работающая/работать/ работоспособность/трудоголик/ трудиться/трудолюбивая	14	6	8	8	6	7	7	7	7
аккуратность/аккуратная	13	6	7	9	4	6	7	5	8
гибкость характера/неконфликтная/ нескандальная/тактичная/тактика	12	7	5	2	10	9	3	11	1
беззаботная/ветреность/ветренная/ легкомысленная/несерьезность	11	10	1	9	2	3	8	4	7
семья/семейная	11	10	1	3	8	8	3	10	1
верная/верность	11	1	10	3	8	3	8	8	3
целеустремленная/устремленность	11	1	10	10	1	3	8	9	2
дружественность/хороший друг/подруги/подруга	9	4	5	4	5	5	4	3	6
образованная	9	7	2	3	6	6	3	6	3
веселая/жизнерадостная	8	3	5	5	3	5	3	4	4
дочь	8	2	6	1	7	5	3	4	4
загадка/загадочность/загадочная/энигма	8	6	2	7	1	4	4	3	5
грациозная/изящность/изящная/стройная	8	5	3	6	2	3	5	4	4
готовить/кулинарка/кулинария/ повар/сковородка/умеющая готовить/	8	4	4	3	5	4	4	3	5
мудрость/мудрая	8	0	8	3	5	5	3	7	1
болтливость/болтливая	7	5	2	3	4	5	2	5	2
внимательная к деталям, мелочам, психологии людей	7	1	6	5	2	2	5	3	4
внимательная к своей внешности	7	2	5	6	1	4	3	4	3
капризность/капризная/капризы	7	5	2	4	3	4	3	4	3
борющаяся за свои права/независимая/ умение постоять за себя/эмансипированная	7	3	4	5	2	6	1	2	5

Реакции	ОБЩ	Ж	М	1	2	Г	НГ	В	С
изменчивая/непостоянство/непостоянная/ непоследовательность/переменчивая/ разброс в мыслях и желаниях	7	4	3	4	3	4	3	2	5
решительная	7	0	7	1	6	2	5	6	1
внутренняя сила/сильная/сильная духом/ отрицание своей слабости	7	2	5	7	0	3	4	3	4
истеричная/истерика/невротичка	6	2	4	4	2	1	5	3	3
магазины/шопинг/шопоголик	6	4	2	4	2	3	3	3	3
девочка/детство/инфантильность/ инфантильная/ребенок	5	3	2	5	0	1	4	3	2
дети	5	3	2	1	4	2	3	3	2
импульсивность/импульсивная/ несдержанная	5	2	3	3	2	3	2	2	3
любимая	5	3	2	1	4	1	4	2	3
коммуникабельная/общительность/ общительная	5	2	3	2	3	0	5	3	2
ответственная/связана ответственностью	5	3	2	3	2	2	3	4	1
болтушка/разговорчивая/разговаривать	5	3	2	4	1	3	2	3	2
скромная	5	2	3	3	2	1	4	2	3
цветы	5	4	1	3	2	4	1	3	2
волосы длинные/волосы	4	0	4	3	1	2	2	1	3
зависимая/рабыня	4	2	2	4	0	3	1	2	2
игривая/флиртующая/флирт	4	2	2	4	0	2	2	3	1
интуиция	4	1	3	3	1	2	2	4	0
недоверчивая/осторожная/себе на уме	4	2	2	2	2	3	1	4	0
спокойная/сдержанная	4	2	2	3	1	2	2	1	3
стервозная/стерва/стервозность	4	2	2	2	2	2	2	2	2
с чувством вкуса/утонченность/утонченная	4	2	2	1	3	4	0	1	3
чистоплотность/чистоплотная	4	2	2	1	3	2	2	2	2
яркая/яркость	4	0	4	4	0	2	2	2	2
деловая/self made man	3	1	2	1	2	2	1	2	1
вещи/вещизм/шмотки	3	2	1	2	1	1	2	1	2
глупость/глупая	3	1	2	3	0	0	3	2	1
движение/динамика/мобильность	3	1	2	2	1	2	1	3	0
доверчивость/доверчивая	3	3	0	1	2	1	2	2	1
интересная	3	1	2	1	2	0	3	3	0
косметика/парфюмерия	3	2	1	1	2	1	2	2	1
непредсказуемость/непредсказуемая	3	3	0	2	1	0	3	1	2
нерешительность	3	3	0	3	0	3	0	3	0
коварство/коварная/опасна	3	2	1	2	1	2	1	1	2
платье/маленькое черное платье	3	1	2	0	3	2	1	2	1
опора/поддерживающая/фундамент	3	3	0	1	2	1	2	2	1
предательство	3	3	0	3	0	3	0	3	0
без комплексов/развратность/распущенная	3	1	2	1	2	0	3	1	2
романтика/романтичная	3	1	2	2	1	2	1	2	1
сентиментальность/сентиментальная	3	0	3	1	2	2	1	1	2
сериалы	3	3	0	2	1	1	2	2	1
социально ориентированная/расположенная к людям	3	0	3	2	1	3	0	1	2
сплетница/сплетни	3	1	2	2	1	2	1	3	0
строгая	3	0	3	1	2	0	3	1	2
усталая	3	0	3	0	3	0	3	0	3

Реакции	ОБЩ	Ж	М	1	2	Г	НГ	В	С
ухоженность/уход за собой	3	1	2	3	0	1	2	3	0
хрупкая	3	1	2	3	0	0	3	1	2
энергичная	3	1	2	1	2	3		2	1
альтруистка/думать сначала о других, потом о себе	2	0	2	2	0	1	1	1	1
визг/писк	2	2	0	0	2	0	2	0	2
властная/власть	2	1	1	1	1	2	0	1	1
влюбленность/влюбчивая	2	0	2	2	0	2	0	1	1
выдержка/выносливость	2	0	2	2	0	2	0	0	2
дарящая жизнь/жизнь	2	1	1	2	0	1	1	1	1
деньги/добытчица	2	0	2	1	1	0	2	2	0
женская логика	2	1	1	1	1	0	2	1	1
жестокая	2	1	1	2	0	1	1	0	2
завистливость/завистливая	2	2	0	1	1	0	2	1	1
интеллигентная	2	1	1	1	1	2	0	1	1
интригантка/интриги	2	0	2	1	1	1	1	2	0
влекущая/искушать	2	2	0	1	1	1	1	1	1
исполнитель	2	1	1	2	0	1	1	2	0
кокетливая/кокетка	2	1	1	1	1	2	0	2	0
консервативная/ригористичная	2	1	1	2	0	2	0	2	0
креативная/изобретательная	2	0	2	1	1	2	0	1	1
маленькая/миниатюрность	2	1	1	2	0	2	0	0	2
маленькие смешные автомобили (Matiz, Mini Cooper)	2	1	1	2	0	1	1	2	0
мечтательность/мечтательная	2	1	1	0	2	1	1	1	1
многочасовые разговоры по телефону/телефон	2	1	1	1	1	1	1	1	1
мода/модная одежда	2	1	1	1	1	1	1	0	2
молчаливая/уметь молчать	2	0	2	0	2	2	0	2	0
необычная/неповторимость	2	1	1	2	0	2	0	0	2
поиск/поиск нового в облике	2	1	1	2	0	0	2	1	1
приветливая	2	0	2	1	1	1	1	1	1
профессиональная	2	1	1	1	1	1	1	2	0
разнообразная/разносторонняя	2	1	1	1	1	1	1	2	0
ранимая	2	1	1	1	1	1	1	0	2
рассудительная	2	1	1	1	1	1	1	0	2
розовый цвет	2	2	0	2	0	2	0	2	0
рукодельница	2	0	2	0	2	2	0	2	0
самостоятельность/самостоятельная	2	0	2	1	1	0	2	1	1
смелая	2	1	1	2	0	1	1	0	2
сопереживание/сочувствие	2	0	2	1	1	1	1	1	1
страстная	2	1	1	2	0	1	1	2	0
транжира/тратить деньги	2	1	1	2	0	1	1	0	2
уверенная	2	0	2	2	0	0	2	1	1
увлечения/увлеченная делом	2	1	1	0	2	1	1	1	1
улыбка/улыбчивая	2	2	0	1	1	1	1	1	1
упрямая	2	2	0	0	2	2	0	0	2
придумывать/фантазировать	2	2	0	2	0	1	1	2	0
эгоизм/эгоцентризм	2	1	1	2	0	2	0	0	2
алармизм (внутреннее ощущение страха)	1	1	0	0	1	0	1	1	0
аудиал	1	0	1	1	0	1	0	0	1

Реакции	ОБЩ	Ж	М	1	2	Г	НГ	В	С
аутоагрессия (<i>самообвинение</i>)	1	0	1	1	0	1	0	0	1
бабушка	1	0	1	0	1	1	0	1	0
безапелляционность	1	1	0	0	1	1	0	1	0
безвкусная	1	0	1	1	0	1	0	0	1
беременная	1	1	0	0	1	0	1	0	1
богиня	1	1	0	0	1	1	0	1	0
брюнетка	1	0	1	0	1	1	0	0	1
быстрая	1	1	0	1	0	0	1	1	0
вдохновение	1	1	0	0	1	0	1	1	0
вера	1	1	0	1	0	1	0	1	0
вечно стонут	1	1	0	1	0	0	1	0	1
владеющая различными видами спорта	1	0	1	1	0	0	1	0	1
воля	1	0	1	1	0	1	0	0	1
ворчливая	1	1	0	0	1	0	1	0	1
воспитывающая детей	1	1	0	1	0	1	0	0	1
впечатляющая	1	1	0	0	1	0	1	1	0
высоконравственная	1	0	1	0	1	1	0	1	0
вышколенная	1	1	0	0	1	0	1	1	0
гармония	1	0	1	0	1	0	1	1	0
гибкость	1	0	1	1	0	1	0	0	1
глазастая	1	1	0	1	0	1	0	0	1
голубой	1	0	1	1	0	0	1	1	0
грубая	1	1	0	0	1	0	1	0	1
гуманитарий	1	0	1	1	0	1	0	0	1
девушка	1	0	1	1	0	0	1	1	0
делающие вид, что не думают о сексе	1	1	0	1	0	0	1	0	1
душечка	1	0	1	0	1	0	1	0	1
ждет	1	1	0	1	0	0	1	1	0
желание быть кем-либо (не собой)	1	0	1	1	0	0	1	0	1
желанная	1	0	1	0	1	1	0	1	0
жир на теле	1	0	1	1	0	1	0	0	1
закрытая	1	0	1	1	0	1	0	1	0
замечательная	1	1	0	1	0	1	0	0	1
застенчивость	1	1	0	0	1	0	1	0	1
зацикленность	1	0	1	1	0	0	1	0	1
здоровье	1	1	0	0	1	0	1	0	1
знающая себе цену	1	0	1	1	0	0	1	0	1
изворотливая	1	0	1	0	1	1	0	1	0
измена	1	1	0	1	0	1	0	1	0
инерционность (пассивность)	1	1	0	0	1	0	1	1	0
интерьер	1	1	0	0	1	0	1	1	0
каблуки	1	1	0	0	1	0	1	0	1
квартира	1	1	0	0	1	0	1	1	0
кинектик	1	0	1	1	0	1	0	0	1
клуша	1	1	0	0	1	1	0	1	0
коллега по работе	1	0	1	0	1	1	0	1	0
кошка	1	1	0	1	0	0	1	1	0
крайности	1	0	1	1	0	1	0	1	0
красноречивая	1	0	1	0	1	1	0	1	0
крашенная	1	1	0	1	0	0	1	0	1
кроткий нрав	1	0	1	0	1	1	0	1	0

Реакции	ОБЩ	Ж	М	1	2	Г	НГ	В	С
кукушка	1	0	1	1	0	0	1	1	0
курящая	1	1	0	1	0	0	1	0	1
легкость	1	1	0	0	1	0	1	1	0
лень	1	0	1	1	0	0	1	1	0
логика	1	0	1	1	0	0	1	1	0
лояльность	1	0	1	1	0	0	1	0	1
любовь к животным	1	0	1	1	0	0	1	0	1
любопытная	1	1	0	1	0	1	0	1	0
мартышка	1	0	1	1	0	0	1	1	0
медсестра	1	1	0	1	0	1	0	1	0
менее развитый плечевой пояс	1	0	1	1	0	1	0	0	1
миловидность	1	0	1	0	1	0	1	0	1
мир	1	0	1	1	0	0	1	0	1
модель	1	1	0	0	1	1	0	1	0
молодая	1	1	0	1	0	0	1	1	0
надежность	1	1	0	0	1	0	1	1	0
накрашенная	1	1	0	0	1	0	1	0	1
наслаждение	1	1	0	0	1	1	0	1	0
находчивая	1	1	0	1	0	1	0	0	1
не всегда знающая себе цену	1	0	1	1	0	1	0	1	0
негрубая	1	0	1	0	1	0	1	0	1
не желающая изучать технические вопросы	1	1	0	1	0	0	1	1	0
не матерщинница	1	0	1	0	1	0	1	0	1
не приветливая	1	1	0	0	1	0	1	0	1
неискренность	1	0	1	1	0	1	0	1	0
нелогичность	1	1	0	0	1	0	1	1	0
непонятность	1	1	0	1	0	0	1	1	0
непосредственность	1	1	0	1	0	1	0	0	1
неприятие	1	1	0	0	1	0	1	0	1
непунктуальность	1	0	1	0	1	0	1	0	1
нерасторопная	1	0	1	0	1	1	0	1	0
нервничать	1	1	0	1	0	1	0	1	0
неуверенность	1	1	0	0	1	0	1	0	1
неумение водить авто	1	1	0	1	0	0	1	0	1
обидчивость	1	1	0	1	0	0	1	1	0
общие интересы	1	1	0	1	0	0	1	0	1
орхидея	1	0	1	1	0	1	0	0	1
открытая	1	0	1	0	1	1	0	0	1
официантка	1	1	0	0	1	1	0	1	0
плачущая	1	1	0	1	0	0	1	0	1
поверхностная	1	0	1	1	0	1	0	1	0
подобна тайфуну	1	0	1	1	0	1	0	0	1
подчиненная	1	1	0	1	0	1	0	1	0
покорность	1	1	0	0	1	0	1	1	0
помощница	1	1	0	1	0	1	0	0	1
попа	1	0	1	1	0	0	1	1	0
попрашайничать	1	1	0	1	0	0	1	0	1
порядок	1	0	1	1	0	1	0	1	0
последовательная	1	1	0	1	0	1	0	0	1
потребность быть выслушенной, потребность высказаться	1	0	1	1	0	1	0	0	1

Реакции	ОБЩ	Ж	М	1	2	Г	НГ	В	С
потребность в статусе	1	0	1	1	0	1	0	0	1
потрясающая	1	1	0	0	1	0	1	1	0
привязанность	1	0	1	1	0	1	0	1	0
проницательная	1	1	0	1	0	0	1	0	1
профессор	1	0	1	0	1	1	0	1	0
профсоюзная работница	1	1	0	0	1	1	0	1	0
прямолинейность	1	0	1	1	0	0	1	0	1
псевдомногофункциональность	1	0	1	1	0	1	0	0	1
пугливая	1	1	0	0	1	0	1	1	0
пунктуальная	1	0	1	0	1	0	1	0	1
пушистая	1	0	1	1	0	0	1	0	1
рассредоточенность	1	0	1	1	0	1	0	1	0
расточительная	1	0	1	1	0	0	1	1	0
расчетливость	1	1	0	1	0	1	0	0	1
ревнивая	1	1	0	1	0	1	0	0	1
река	1	0	1	1	0	0	1	1	0
рожать	1	1	0	1	0	1	0	1	0
руководитель	1	0	1	0	1	1	0	1	0
с чердаками и подвалами	1	0	1	1	0	1	0	1	0
самка	1	0	1	1	0	0	1	1	0
сердечная	1	1	0	1	0	0	1	1	0
сестра	1	0	1	1	0	0	1	1	0
сисястая	1	1	0	1	0	1	0	1	0
скрытная	1	0	1	1	0	1	0	1	0
сладости	1	0	1	1	0	1	0	0	1
смазливая	1	1	0	0	1	1	0	0	1
смеющаяся	1	1	0	1	0	1	0	1	0
сообразительная	1	0	1	1	0	0	1	1	0
спонтанная	1	0	1	1	0	1	0	1	0
справедливая	1	1	0	0	1	1	0	0	1
строптивая	1	1	0	1	0	0	1	1	0
студентка	1	1	0	0	1	1	0	1	0
сука	1	0	1	1	0	0	1	1	0
сумка	1	1	0	1	0	0	1	1	0
счастливая	1	0	1	0	1	0	1	0	1
темпераментная	1	1	0	0	1	1	0	0	1
тупая	1	0	1	1	0	1	0	0	1
украшения	1	0	1	0	1	1	0	1	0
умелая	1	0	1	0	1	1	0	1	0
умопомрачительная	1	1	0	0	1	1	0	0	1
усидчивость	1	1	0	0	1	0	1	1	0
услужливая	1	0	1	0	1	1	0	0	1
устойчивость	1	1	0	0	1	0	1	1	0
учитель	1	0	1	1	0	0	1	1	0
уязвимость	1	1	0	1	0	0	1	1	0
хвастливая	1	0	1	1	0	0	1	1	0
хранить тайны	1	0	1	0	1	1	0	1	0
цветущая	1	1	0	1	0	1	0	0	1
читающая "Литературную газету"	1	0	1	0	1	1	0	1	0
чувства	1	1	0	1	0	1	0	0	1
швея	1	1	0	0	1	1	0	1	0

Реакции	ОБЩ	Ж	М	1	2	Г	НГ	В	С
шутить	1	1	0	1	0	1	0	1	0
эксцентричная	1	0	1	1	0	1	0	0	1
элегантность	1	0	1	1	0	1	0	1	0
юбка	1	1	0	0	1	0	1	1	0
Всего	1162	550	612	646	516	575	587	625	537

Таблица 4

**Частота реакций информантов
по социальным группам в стереотипе речевого поведения мужчин**

Реакции	ОБЩ	Ж	М	1	2	Г	НГ	В	С
логически выстроена/несет четкий смысл/ понятная/последовательность изложения/ причинно-следственные связи	69	35	34	33	36	42	27	36	33
агрессивность/грубость/грубая/резкость/ хамство	38	22	16	21	17	13	25	21	17
неэмоциональность/спокойная/сухость/ эмоциональная сдержанность	37	12	25	21	16	26	11	19	18
брань/инвективы/мат/ненормативная/ нецензурная лексика	36	14	22	22	14	8	28	16	20
краткость/емкость/лаконичность	31	13	18	20	11	17	14	24	7
запланированность высказываемого/ конкретность/общение на точно заданную тему/обдуманность говоримого/ предмет- ность/продуманность/сконцентрирован- ность на главной теме разговора/ точность/точно определенные темы для общения	28	10	18	18	10	13	15	15	13
внятность/отчетливая/хорошо поставлен- ная/ четкость/членораздельность	22	9	13	18	4	8	14	13	9
аргументативность/доказательность/ рассудительность/убедительность	20	9	11	4	16	18	2	12	8
отрывистость/обдумывание дальнейшей фразы/паузы хезитации/подыскивание слов/рубленные фразы	20	3	17	12	8	12	8	13	7
громкость	17	8	9	12	5	7	10	9	8
молчаливость/немногословность	16	12	4	7	9	9	7	9	7
доминирование в ходе беседы/ высокомер- ный тон/желание сохранить позицию/ командная интонация/критичность/ настойчивость/напористость/перебивания/ формулирование выводов без объяснений	16	7	9	9	7	6	10	12	4
уверенность	14	6	8	9	5	3	11	8	6
прямолинейность	13	8	5	6	7	2	11	8	5
рациональность/взвешенность/ основанность на фактах и здравом смысле	13	7	6	12	1	6	7	6	7
низкий тембр/низкий голос/бас	12	4	8	8	4	6	6	7	5
безапелляционность/категоричность/ твердость/твердость в голосе	11	6	5	8	3	5	6	5	6
балагурство/забавная/задорная/ юмор/шутки/	11	3	8	5	6	8	3	8	3
содержательность	10	7	3	3	7	7	3	1	9
медленный темп речи/медленная	6	4	2	4	2	5	1	5	1

Реакции	ОБЩ	Ж	М	1	2	Г	НГ	В	С
размеренность	6	3	3	4	2	3	3	4	2
технические термины	6	3	3	3	3	1	5	5	1
быстрый темп речи	5	2	3	5	0	1	4	3	2
жаргонизирована	5	1	4	3	2	4	1	1	4
простые нераспространенные предложения/короткие фразы	5	0	5	4	1	3	2	4	1
информативная насыщенность	4	0	4	4	0	4	0	3	1
ровный интонационный рисунок/ однообразии интонаций/размеренная интонация	4	1	3	4	0	2	2	2	2
серьезный тон/строгость/суровость	4	2	2	3	1	3	1	0	4
тематическая ограниченность/ традиционные темы (работа, женщины, рыбалка, охота, политика, авто, спорт)	4	2	2	2	2	2	2	4	0
болтливость/чрезмерная разговорчивость	3	1	2	1	2	1	2	1	2
волевая	3	3	0	2	1	0	3	0	3
деловая	3	3	0	1	2	1	2	1	2
использование лексики из профессиональной среды	3	0	3	2	1	2	1	2	1
монотонность	3	1	2	3	0	2	1	2	1
неологизмы	3	1	2	3	0	3	0	0	3
нервная	3	3	0	0	3	0	3	0	3
отсутствие жестикологии	3	1	2	2	1	2	1	2	1
длинные распространенные предложения/ сложный синтаксис	3	2	1	2	1	2	1	1	2
употребление глаголов	3	1	2	2	1	1	2	3	0
грамотность	2	2	0	2	0	0	2	1	1
доходчивость	2	2	0	1	1	1	1	1	1
меньшее количество качественных прилагательных	2	0	2	2	0	1	1	2	0
многословность в объяснении сложных понятий	2	0	2	0	2	2	0	1	1
мычание/невнятность	2	2	0	0	2	0	2	0	2
бедный лексикон/ограниченный лексикон	2	0	2	1	1	1	1	1	1
решительность/решительная	2	1	1	1	1	1	1	1	1
хриплый голос/хрипотца	2	0	2	2	0	0	2	0	2
эмоциональность	2	0	2	1	1	0	2	0	2
абстрагирование/выявление общего	1	0	1	1	0	0	1	1	0
арготизмы	1	1	0	1	0	1	0	1	0
большая редукция гласных	1	0	1	1	0	1	0	0	1
большое количество "слов-паразитов"	1	0	1	1	0	0	1	0	1
броская	1	1	0	0	1	0	1	1	0
весомая	1	1	0	0	1	0	1	0	1
взбалмошная	1	1	0	0	1	0	1	0	1
выразительная	1	1	0	0	1	0	1	1	0
говорить больше о себе	1	1	0	1	0	0	1	1	0
грозная	1	0	1	0	1	1	0	1	0
гулкая	1	0	1	1	0	0	1	1	0
детализированность	1	1	0	1	0	1	0	0	1
доброжелательность	1	0	1	0	1	1	0	1	0
жестикология	1	0	1	0	1	1	0	1	0
заискивающая	1	0	1	0	1	1	0	1	0
законченные предложения	1	1	0	0	1	0	1	1	0

Реакции	ОБЩ	Ж	М	1	2	Г	НГ	В	С
злая	1	0	1	0	1	1	0	1	0
искренняя	1	1	0	0	1	0	1	0	1
использование "мачизмов" (грубая лексика)	1	0	1	1	0	1	0	1	0
консерватизм в выборе языковых форм	1	1	0	0	1	0	1	1	0
концептуальность	1	0	1	1	0	1	0	1	0
красноречивость	1	1	0	1	0	0	1	0	1
ласковый тон в общении с женщинами/детьми	1	1	0	1	0	0	1	0	1
локальная окрашенность	1	0	1	1	0	1	0	0	1
льстивая	1	0	1	0	1	0	1	0	1
менее локально окрашена	1	1	0	1	0	1	0	1	0
многословность	1	0	1	1	0	0	1	1	0
наглая	1	1	0	0	1	0	1	0	1
называние вещей своими именами	1	0	1	1	0	1	0	1	0
натяннутость	1	1	0	0	1	1	0	0	1
нацеленная на реализацию целей	1	1	0	1	0	1	0	1	0
не сильно выраженная мимика	1	0	1	1	0	1	0	0	1
небольшое количество экспрессивно окрашенной лексики	1	0	1	1	0	1	0	1	0
неграмотность	1	0	1	1	0	0	1	0	1
нелогичность	1	1	0	0	1	0	1	0	1
неосведомленность в теме разговора	1	0	1	0	1	0	1	1	0
непрерывание собеседника	1	1	0	1	0	0	1	1	0
несдержанность	1	0	1	1	0	0	1	0	1
несоблюдение норм литературного языка	1	0	1	1	0	1	0	1	0
несоблюдение норм речевого этикета	1	0	1	1	0	1	0	1	0
нормированность	1	1	0	0	1	1	0	0	1
объективность	1	0	1	0	1	1	0	1	0
однозначность	1	1	0	0	1	0	1	1	0
односложность ответов	1	0	1	0	1	1	0	1	0
ожидание ответа собеседника	1	0	1	1	0	0	1	0	1
оригинальность	1	0	1	1	0	1	0	1	0
отвлечение от хода разговора	1	1	0	1	0	1	0	0	1
открытость	1	1	0	0	1	0	1	0	1
отсутствие вводных предложений	1	0	1	1	0	1	0	1	0
отсутствие внимания к адресанту	1	0	1	1	0	1	0	1	0
отсутствие детализации	1	0	1	1	0	0	1	1	0
отсутствие эпитетов	1	0	1	1	0	1	0	1	0
повествовательность	1	0	1	1	0	1	0	0	1
приближенность к произносительной норме	1	0	1	1	0	1	0	1	0
приятный тембр голоса ("бархатистый")	1	0	1	0	1	1	0	1	0
продуктивность	1	0	1	1	0	1	0	1	0
пространственная	1	0	1	1	0	0	1	1	0
псевдонаучная	1	1	0	0	1	1	0	0	1
разговорная лексика	1	0	1	0	1	1	0	1	0
раздраженность	1	0	1	0	1	1	0	1	0
речевые ошибки	1	0	1	1	0	1	0	0	1
рыкающая	1	0	1	0	1	1	0	1	0
с извинкой	1	0	1	0	1	0	1	0	1
сарказм	1	0	1	0	1	1	0	1	0
сбивчивость	1	0	1	1	0	0	1	0	1
свернутость	1	0	1	0	1	1	0	1	0

Реакции	ОБЩ	Ж	М	1	2	Г	НГ	В	С
сердитая	1	0	1	0	1	1	0	1	0
синтаксически простая	1	1	0	1	0	1	0	1	0
скучная	1	0	1	1	0	1	0	0	1
слабая артикуляция звуков (маленький раствор рта)	1	0	1	1	0	1	0	0	1
сленг	1	0	1	1	0	1	0	0	1
смущение от собственного красноречия	1	0	1	0	1	1	0	1	0
соблюдение синтаксических норм	1	0	1	1	0	1	0	1	0
сплетник	1	0	1	1	0	0	1	0	1
упойтельная	1	0	1	0	1	1	0	1	0
употребление существительных	1	0	1	1	0	0	1	1	0
услужливая	1	0	1	0	1	1	0	1	0
фамильярный стиль общения	1	0	1	1	0	0	1	1	0
фрагментарность	1	1	0	0	1	0	1	1	0
хвастовство (преувеличение действительности)	1	0	1	1	0	0	1	0	1
цинизм	1	1	0	0	1	1	0	1	0
частый смех	1	0	1	1	0	1	0	0	1
эмоциональная несдержанность	1	1	0	1	0	0	1	1	0
экспрессивность	1	0	1	0	1	1	0	0	1
Всего	615	263	352	359	256	314	301	344	271

Таблица 5

**Частота реакций информантов
по социальным группам в стереотипе речевого поведения женщин**

Реакции	ОБЩ	Ж	М	1	2	Г	НГ	В	С
эмоциональность/эмоциональная/эмоционально окрашенная лексика	80	33	47	40	40	51	29	47	33
ассоциативна/выразительность/метафоричность/много прилагательных/образная/эпитеты/ экспрессивность/яркая на эпитеты/яркость	56	12	44	27	29	37	19	36	20
многословность/болтливость	28	11	17	15	13	18	10	12	16
быстрый темп/торопливость	27	10	17	23	4	16	11	14	13
бессмысленность/иррациональность/непоследовательность изложения/нелогичность/необдуманность	25	16	9	19	6	14	11	15	10
вежливость/воспитанность/внимательность к собеседнику/гибкость/интеллигентная/культурная, некатегоричность/неконфликтность/ политкорректность/ тактика "внимательного слушателя"/ тактика подстраивания под собеседника/ терпимость к собеседнику/уступчивость	25	15	10	17	8	8	17	13	12
непредметность/отступление от заданной темы разговора/отсутствие заданной темы разговора/"перескакивание" с темы на тему	21	11	10	13	8	13	8	12	9
ласковый тон/мягкость/нежность	20	12	8	10	10	9	11	10	10
мелодичность/музыкальность/певучая	16	6	10	9	7	11	5	5	11
детализированность/детальное бытописание/несущественные детали/развернутое описание	14	4	10	10	4	9	5	11	3

Реакции	ОБЩ	Ж	М	1	2	Г	НГ	В	С
неразборчивость/сумбурность	13	3	10	10	3	8	5	9	4
избегание инвективной лексики/отсутствие нецензурной лексики/отсутствие мата	12	2	10	11	1	3	9	2	10
витиеватость/непонятная	9	7	2	6	3	1	8	5	4
сдержанная/спокойная	9	4	5	5	4	2	7	3	6
негромкая/тихая	7	5	2	4	3	1	6	3	4
традиционные темы (дети, хозяйство, мужчины, гардероб, слухи, сплетни)	7	2	5	3	4	4	3	5	2
высокий тембр/звонкая	6	2	4	3	3	4	2	5	1
истеричная/нервная	6	1	5	0	6	0	6	0	6
приятная на слух	6	4	2	3	3	1	5	2	4
неровный интонационный рисунок/ разнообразие интонаций/смена интонаций/ громкая	6	2	4	6	0	3	3	2	4
длинные распространенные предложения/ синтаксическая сложность/сложные предложения	5	2	3	2	3	4	1	2	3
длительность/продолжительная во времени	5	3	2	4	1	3	2	3	2
имплицитность речи/намекы/ недомолвки/скрытность/с подтекстом	5	4	1	1	4	2	3	4	1
хитрость	5	3	2	3	2	1	4	1	4
внятная/понятная/разборчивая	4	0	4	1	3	0	4	3	1
выразительная мимика	4	2	2	2	2	2	2	3	1
жестикуляция	4	2	2	2	2	1	3	2	2
загадочная	4	2	2	3	1	1	3	2	2
откровенность/прямолинейность/ правдивость	4	1	3	1	3	1	3	1	3
нормативность/стремление к соблюдению норм литературного языка	4	1	3	4	0	4	0	3	1
визгливость	3	1	2	3	0	0	3	2	1
грубость	3	2	1	0	3	1	2	1	2
назидательный тон/наставления	3	0	3	0	3	3	0	2	1
неоднозначность	3	2	1	1	2	1	2	2	1
неуверенность	3	1	2	2	1	2	1	1	2
нецензурная/мат	3	3	0	2	1	0	3	0	3
повторы	3	3	0	0	3	3	0	0	3
четкость	3	2	1	2	1	0	3	2	1
заискивающая	2	2	0	2	0	2	0	2	0
кокетливый тон	2	1	1	1	1	1	1	0	2
медлительна	2	0	2	2	0	0	2	0	2
междометия	2	1	1	2	0	1	1	1	1
насыщена восклицательными предложениями	2	0	2	0	2	2	0	0	2
не грубая	2	2	0	1	1	1	1	2	0
отсутствие пауз	2	1	1	2	0	2	0	1	1
резкость/резкая	2	1	1	1	1	1	1	2	0
связность	2	1	1	2	0	1	1	1	1
слова-паразиты	2	1	1	2	0	1	1	2	0
сюсюкающий тон	2	0	2	0	2	1	1	2	0
уверенность	2	0	2	1	1	1	1	1	1
уравновешенная	2	0	2	0	2	1	1	1	1
эмоционально-ценностная аргументация	2	0	2	1	1	2	0	2	0

Реакции	ОБЩ	Ж	М	1	2	Г	НГ	В	С
эстетичная	2	1	1	0	2	1	1	2	0
абсолютизация отдельных примеров	1	0	1	1	0	1	0	1	0
акцентируется на психологический контакт	1	0	1	1	0	1	0	1	0
беглое изложение	1	1	0	1	0	1	0	0	1
более длинные паузы хезитации	1	0	1	1	0	1	0	1	0
большой объем информации	1	0	1	1	0	1	0	1	0
вдохновляющая/зажигающая	1	1	0	0	1	0	1	1	0
веселая	1	1	0	1	0	0	1	1	0
волнующая	1	1	0	1	0	0	1	0	1
вульгарная	1	1	0	0	1	0	1	0	1
гордость	1	0	1	0	1	1	0	1	0
грамотность	1	1	0	1	0	0	1	0	1
грустное настроение/подавленный тон	1	0	1	1	0	0	1	0	1
доброжелательный тон	1	0	1	0	1	1	0	1	0
доходчивость	1	1	0	0	1	0	1	1	0
желание высказать возникшие мысли	1	0	1	1	0	0	1	0	1
желание своей речью произвести впечатление	1	0	1	1	0	1	0	1	0
заимствования	1	0	1	1	0	1	0	0	1
застенчивый тон	1	0	1	0	1	1	0	1	0
избыточность	1	0	1	1	0	1	0	1	0
имеющая свой стиль	1	1	0	0	1	1	0	0	1
импульсивная	1	0	1	0	1	1	0	0	1
иносказательность	1	1	0	0	1	0	1	1	0
интонация покорности	1	1	0	1	0	0	1	0	1
ироничная	1	0	1	1	0	0	1	1	0
использование терминов с их объяснением	1	0	1	1	0	0	1	1	0
категоричность	1	0	1	0	1	1	0	1	0
клише	1	1	0	1	0	1	0	1	0
комментарии касаются эмоциональной реакции на принятую информацию	1	0	1	1	0	0	1	1	0
короткие фразы	1	1	0	1	0	1	0	0	1
косвенность	1	1	0	0	1	0	1	1	0
лживая	1	0	1	0	1	0	1	1	0
лиричная	1	0	1	1	0	0	1	1	0
логичность	1	0	1	0	1	1	0	1	0
локализмы	1	1	0	1	0	1	0	1	0
локально и социально адаптивна	1	0	1	1	0	1	0	1	0
лучшее знание жанровых форм	1	0	1	1	0	1	0	1	0
льстивая	1	1	0	1	0	0	1	1	0
менее оригинальна	1	0	1	1	0	1	0	1	0
меньшая редукция гласных	1	0	1	1	0	1	0	0	1
меньшая степень употребления арготизмов	1	1	0	1	0	1	0	1	0
многовариантность	1	0	1	1	0	0	1	0	1
многозначность	1	0	1	1	0	0	1	1	0
многообещающая	1	0	1	1	0	0	1	0	1
наречия	1	0	1	1	0	0	1	1	0
не агрессивная	1	1	0	0	1	1	0	1	0
не быстрый темп речи	1	0	1	1	0	0	1	1	0
не внятная	1	0	1	1	0	0	1	0	1
не циничная	1	1	0	0	1	1	0	1	0
недовольная	1	1	0	1	0	0	1	1	0

Реакции	ОБЩ	Ж	М	1	2	Г	НГ	В	С
незаконченные фразы	1	1	0	0	1	0	1	1	0
неискренность	1	0	1	0	1	1	0	1	0
ненавязчивость	1	0	1	1	0	0	1	0	1
неологизмы	1	1	0	1	0	1	0	1	0
неоткровенная	1	1	0	1	0	0	1	0	1
неприятный тембр	1	1	0	0	1	1	0	1	0
нерешительность	1	0	1	0	1	1	0	1	0
неточность	1	1	0	1	0	0	1	1	0
неумение использовать юмор/шутки	1	0	1	1	0	1	0	1	0
обдуманная	1	0	1	1	0	0	1	0	1
обескураживающая	1	1	0	0	1	0	1	0	1
обиженность/обиженная	1	1	0	1	0	0	1	1	0
ободряющий/вдохновляющий тон	1	0	1	0	1	1	0	1	0
обсуждение одной темы со многими собеседниками	1	1	0	0	1	0	1	1	0
описательность	1	0	1	1	0	1	0	0	1
основанность на личных чувствах и переживаниях	1	1	0	1	0	0	1	1	0
отказ принимать не нравящиеся аргументы	1	0	1	1	0	0	1	1	0
отказывание в продолжении спора	1	0	1	1	0	0	1	1	0
отрывистая	1	0	1	0	1	0	1	1	0
пафос	1	0	1	1	0	1	0	0	1
перебивание собеседников-женщин с целью выдать им максимум информации	1	0	1	1	0	0	1	1	0
переносное значение слов	1	0	1	1	0	1	0	1	0
потребность выговориться/высказать свое мнение	1	1	0	1	0	0	1	1	0
правдивая	1	1	0	1	0	0	1	1	0
правильная	1	1	0	0	1	0	1	0	1
презрительна	1	0	1	0	1	1	0	1	0
прерывание речи собеседника	1	1	0	1	0	0	1	1	0
преувеличения	1	1	0	0	1	0	1	1	0
причинно-следственные связи	1	0	1	1	0	1	0	1	0
провокационная	1	0	1	1	0	0	1	0	1
пространная	1	0	1	1	0	0	1	0	1
психологически точная	1	1	0	0	1	1	0	0	1
разговор на отвлеченные темы, касающиеся других, но не говорящего	1	0	1	1	0	0	1	1	0
разговор о других, но не о себе	1	1	0	1	0	0	1	1	0
размеренная	1	0	1	1	0	0	1	1	0
размышления	1	0	1	1	0	1	0	1	0
расплывчатость	1	1	0	1	0	0	1	1	0
рассмотрение идеи с разных сторон	1	0	1	1	0	0	1	0	1
речевые штампы	1	0	1	1	0	1	0	0	1
вопросы/риторична	1	0	1	1	0	1	0	1	0
с проявлениями глупости	1	0	1	1	0	0	1	0	1
самокритичность	1	0	1	1	0	0	1	0	1
синонимия	1	0	1	1	0	1	0	0	1
слащавость	1	0	1	0	1	0	1	1	0
смех	1	1	0	1	0	0	1	1	0
спонтанная	1	0	1	1	0	1	0	0	1
средство реализации своих желаний	1	1	0	1	0	1	0	1	0

Реакции	ОБЩ	Ж	М	1	2	Г	НГ	В	С
стремление придерживаться фактов и логики в спорах	1	0	1	1	0	0	1	1	0
субъективна	1	0	1	0	1	1	0	1	0
требующая немедленного ответа	1	0	1	1	0	1	0	1	0
убаюкивающая	1	1	0	1	0	0	1	1	0
убедительна	1	0	1	0	1	1	0	1	0
улыбка	1	1	0	1	0	1	0	0	1
умение выразить словами тончайшие смыслы	1	0	1	0	1	1	0	1	0
уменьшительно-ласкательные формы	1	0	1	1	0	1	0	1	0
успокаивающий тон	1	0	1	0	1	1	0	0	1
фразеологизмы	1	0	1	1	0	1	0	0	1
чувственность	1	1	0	0	1	0	1	1	0
широкий спектр обсуждаемых тем	1	1	0	1	0	0	1	1	0
эклектичность построения фразы	1	1	0	0	1	0	1	1	0
Всего	605	252	353	363	242	314	291	342	263

Распределения частот реакций информантов по ЛСП (выделение зон в групповых стереотипах маскулинности)



Рис. 1. Распределение частот реакций информантов по ЛСП

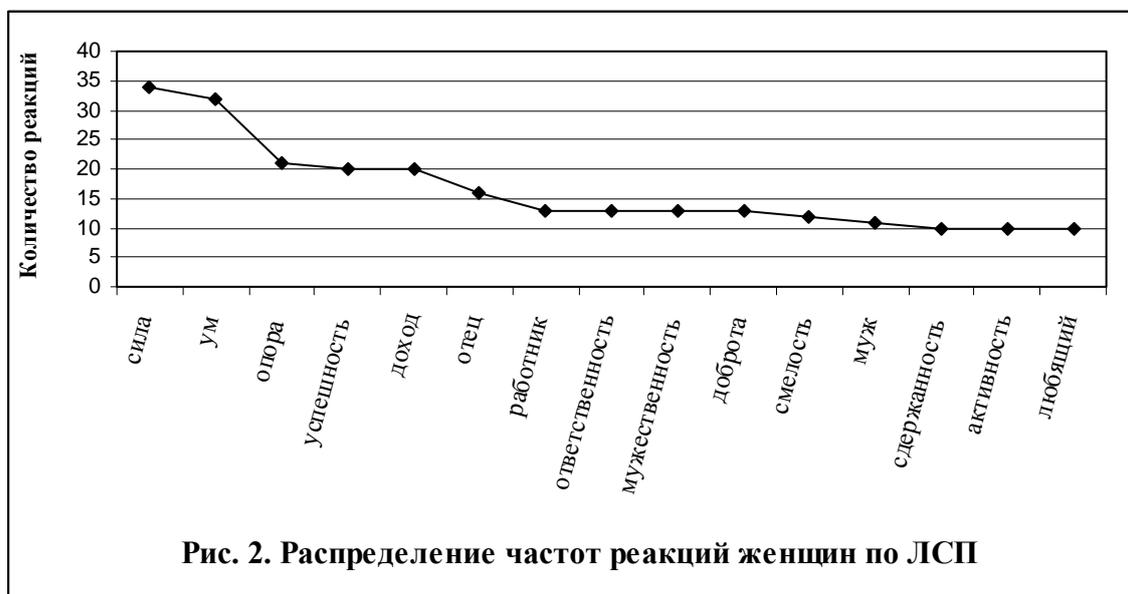


Рис. 2. Распределение частот реакций женщин по ЛСП

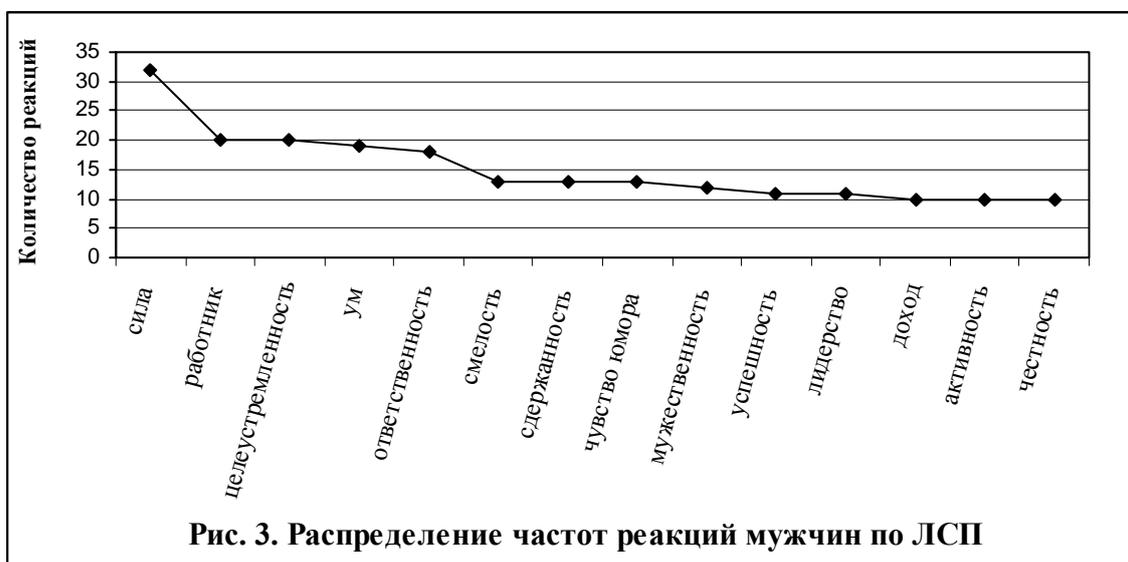
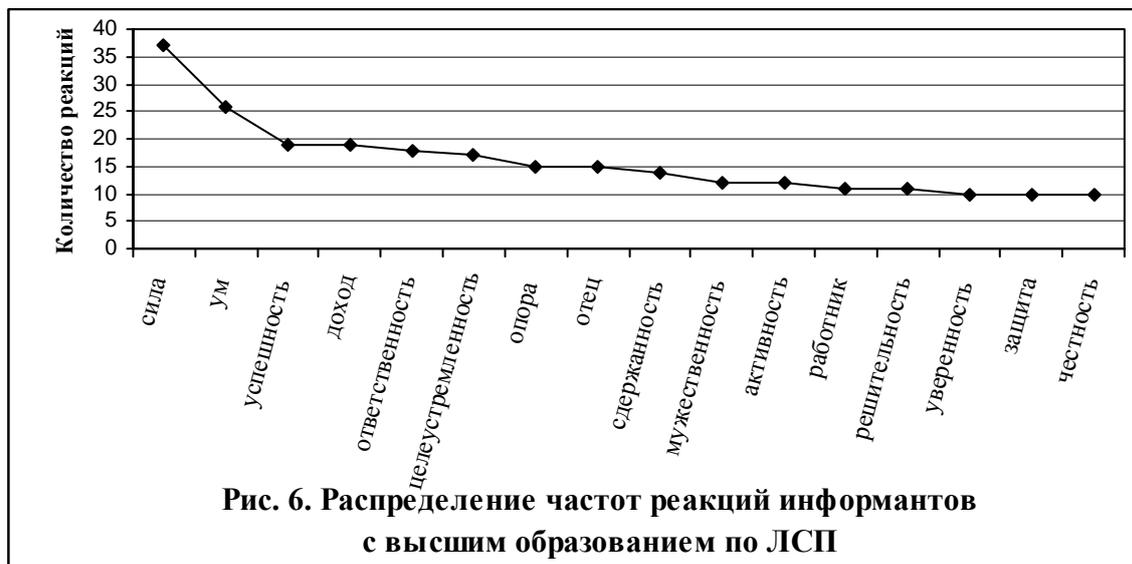
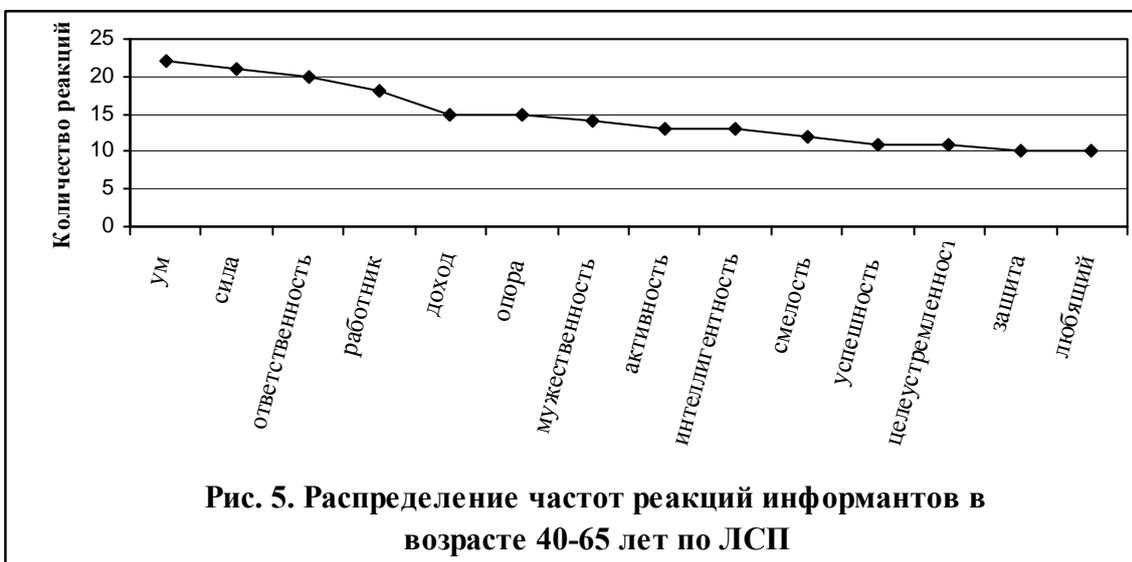
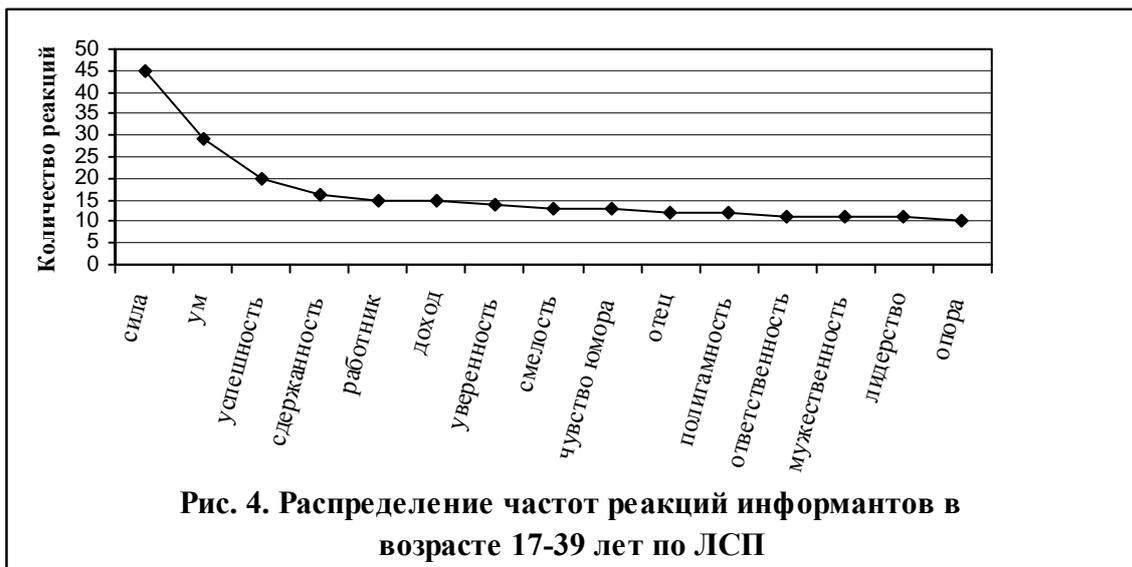
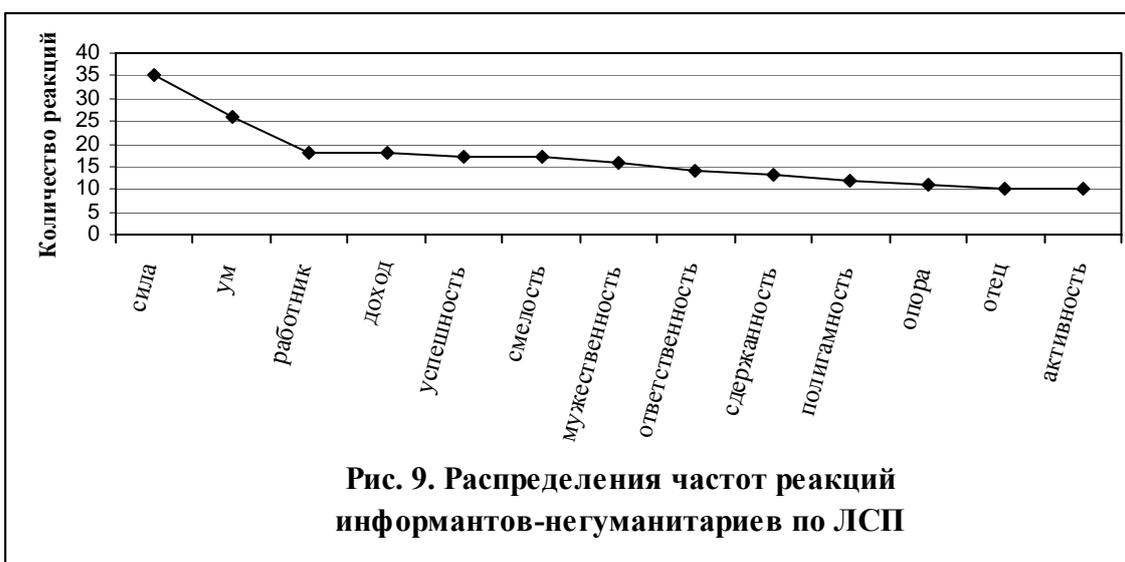
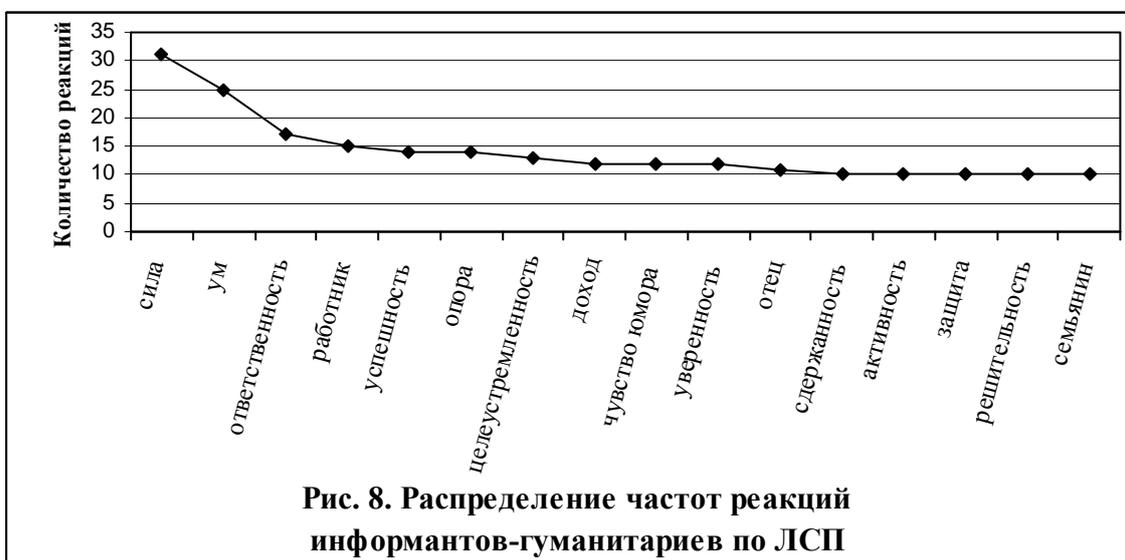
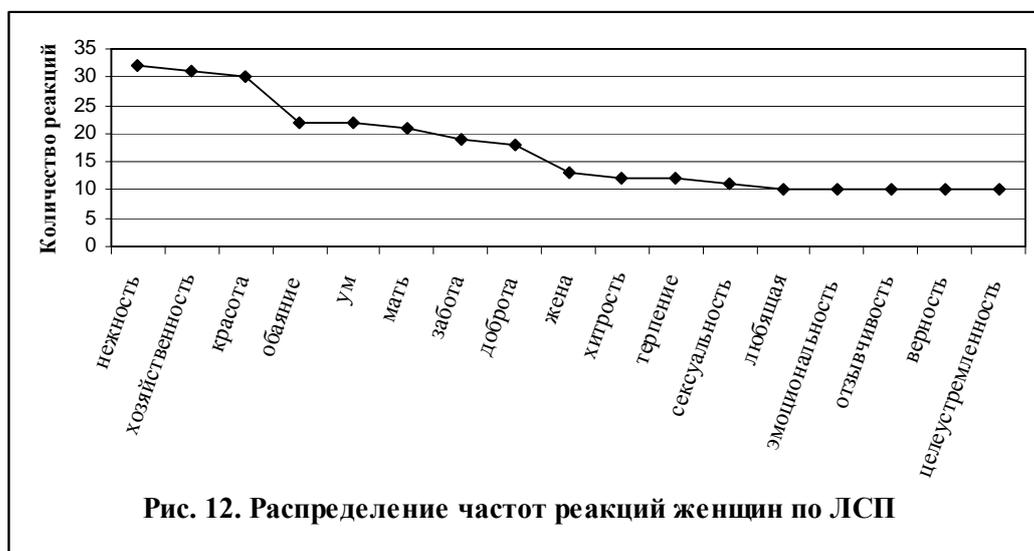
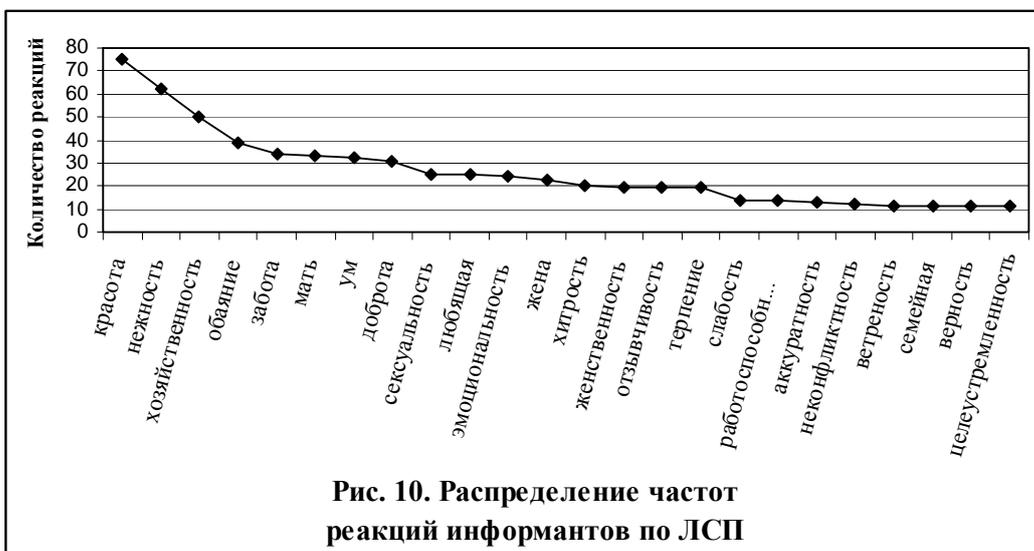


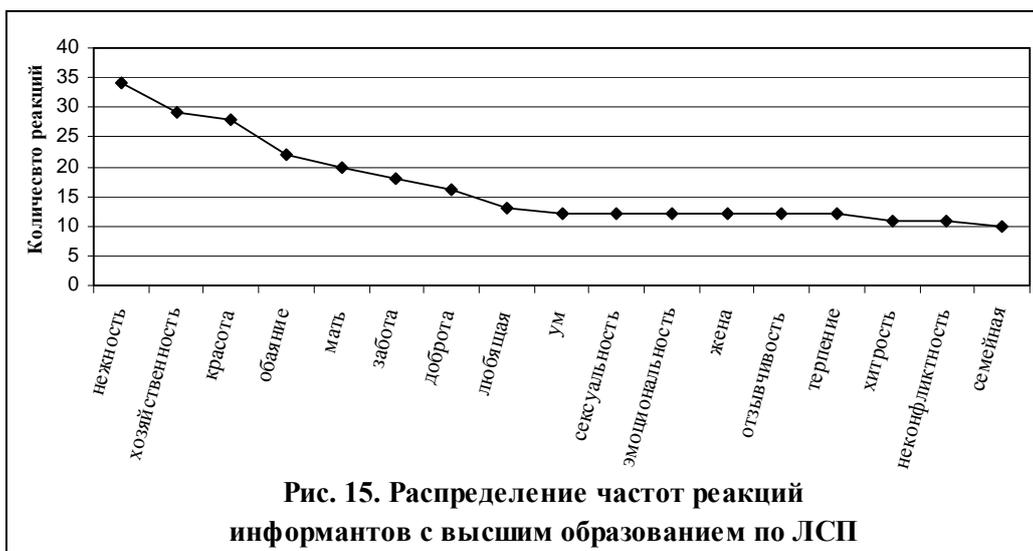
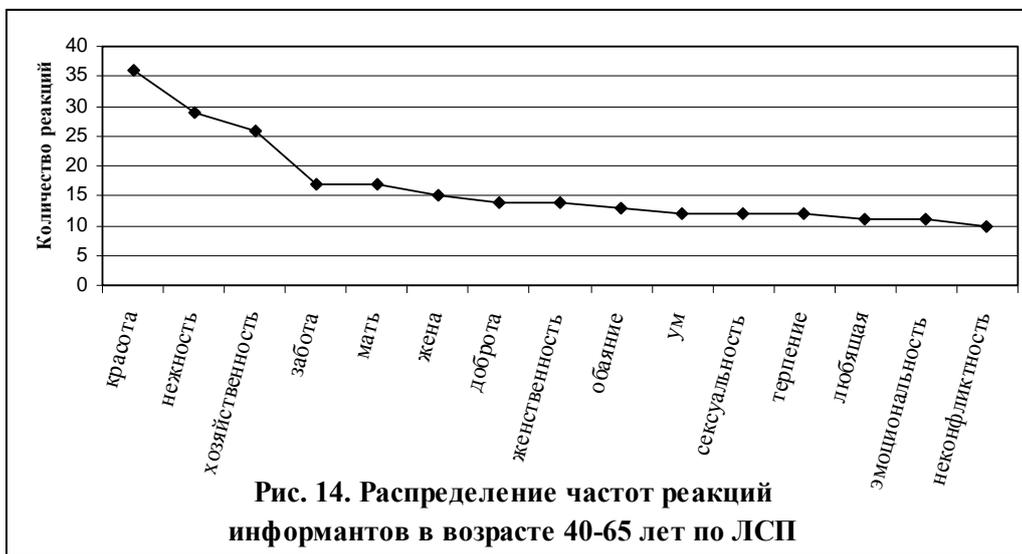
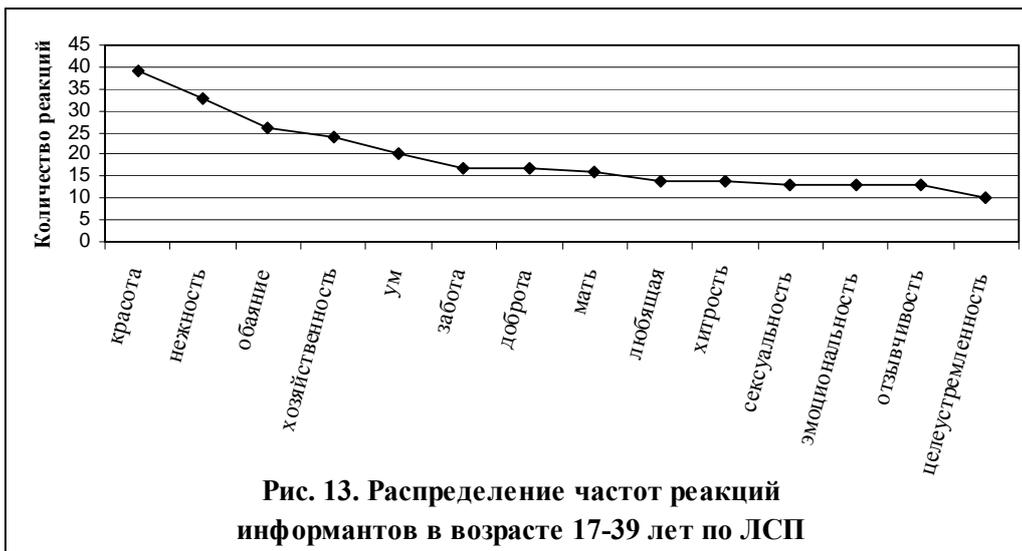
Рис. 3. Распределение частот реакций мужчин по ЛСП

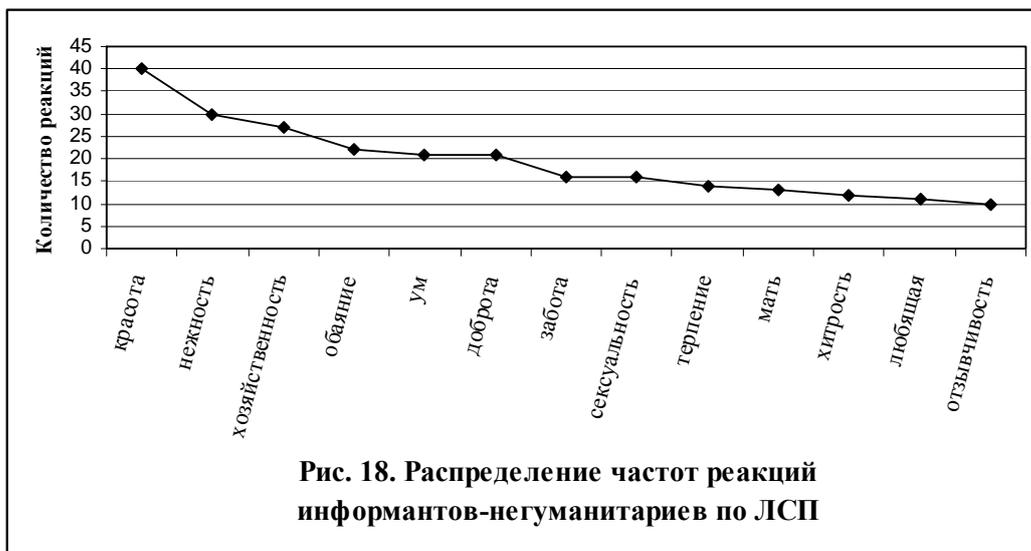
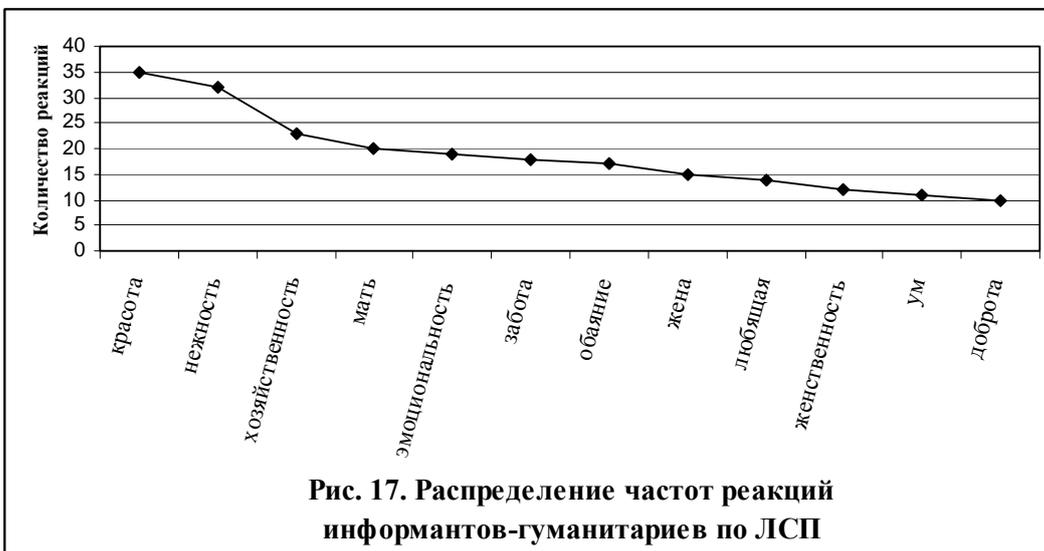
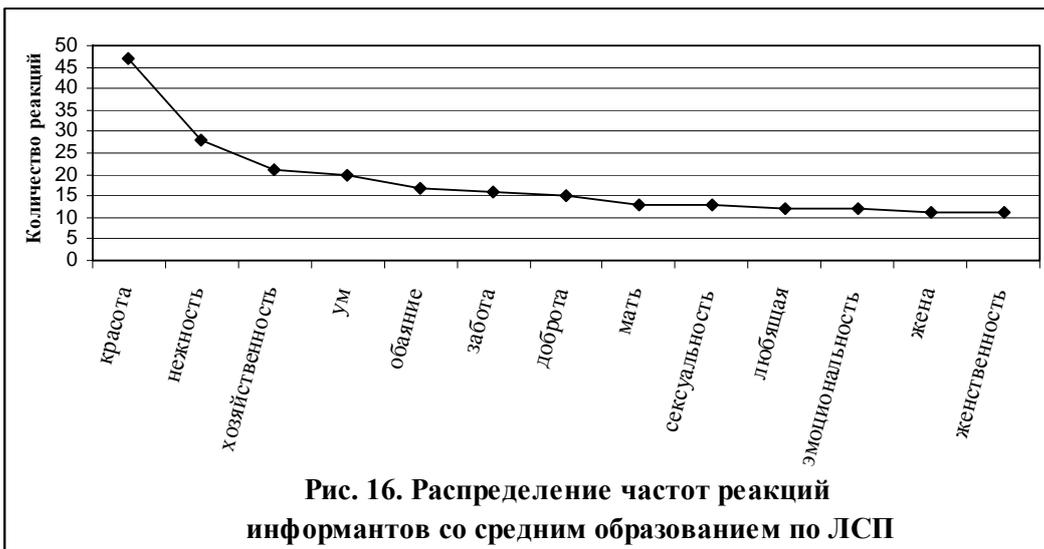




Распределения частот реакций информантов по ЛСП (выделение зон в групповых стереотипах фемининности)







Распределения частот реакций информантов по признакам речевого поведения женщин (выделение зон в групповых стереотипах)

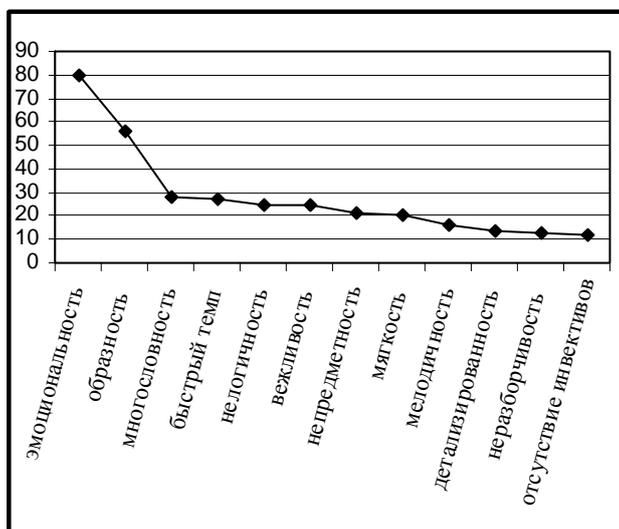


Рис. 19. Распределение частот реакций информантов по признакам речевого поведения женщин

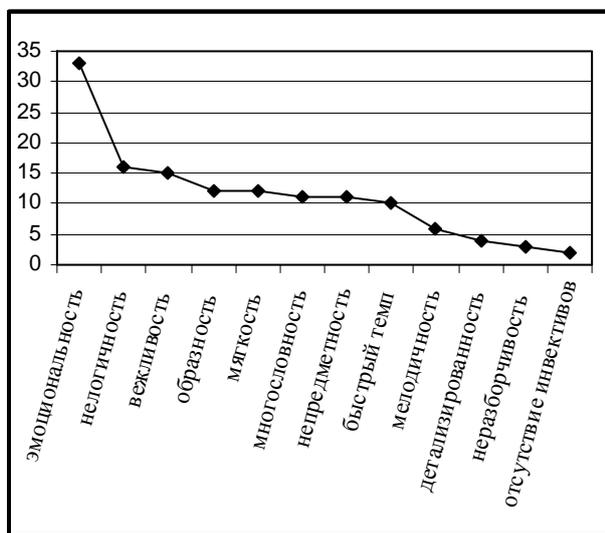


Рис. 20. Распределение частот реакций информантов-мужчин по признакам речевого поведения женщин

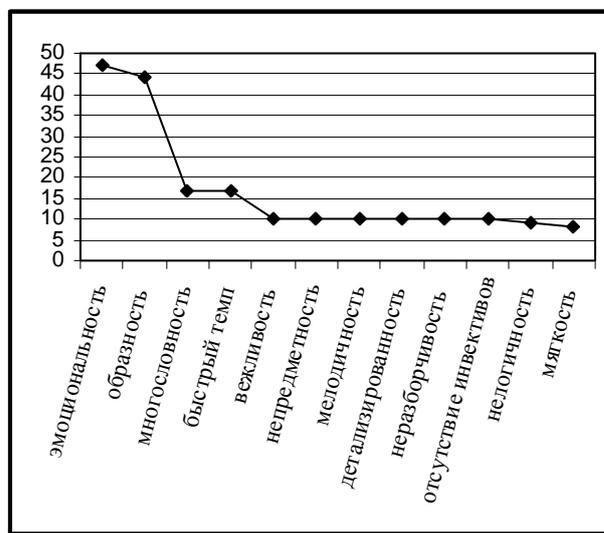


Рис. 21. Распределение частот реакций информантов-женщин по признакам речевого поведения женщин

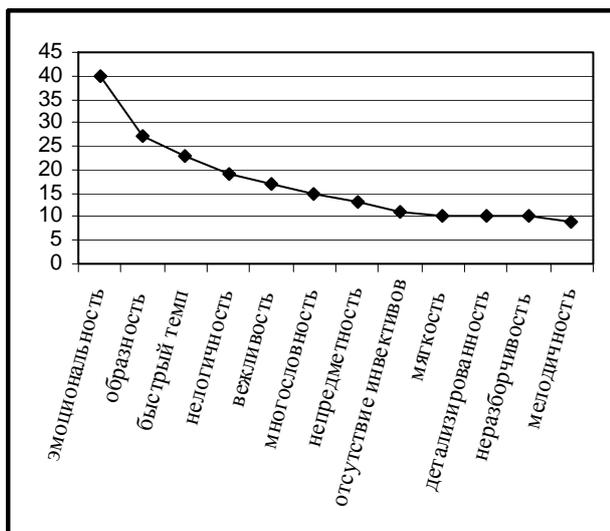


Рис. 22. Распределение частот реакций информантов в возрасте 17–39 лет по признакам речевого поведения женщин

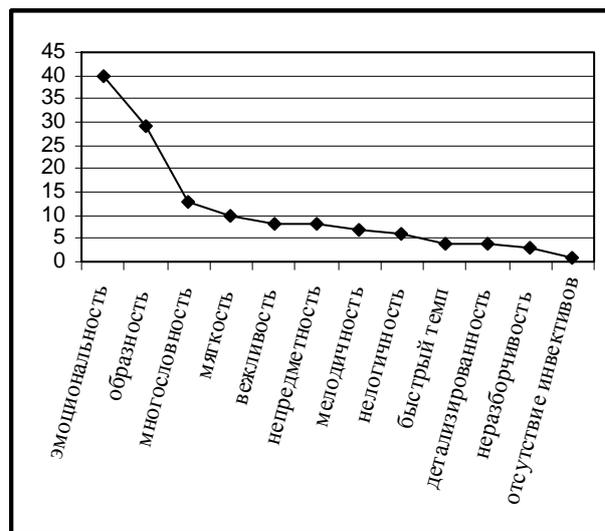


Рис. 23. Распределение частот реакций информантов в возрасте 40–65 лет по признакам речевого поведения женщин

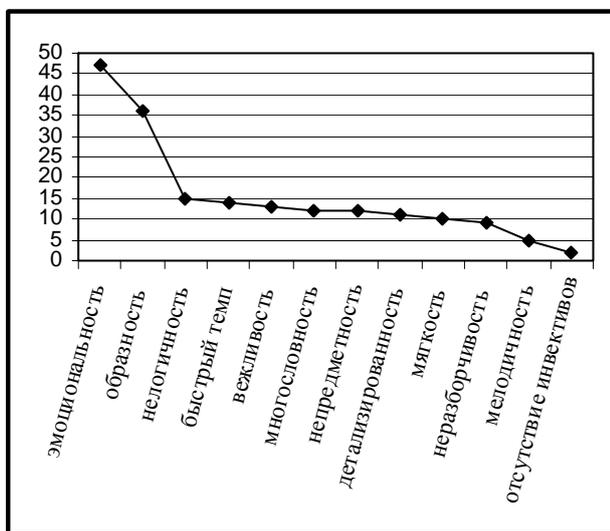


Рис. 24. Распределение частот реакций информантов с высшим образованием по признакам речевого поведения женщин

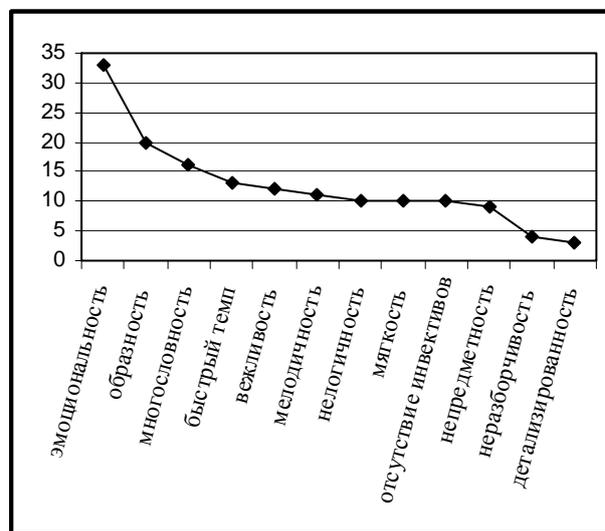


Рис. 25. Распределение частот реакций информантов со средним образованием по признакам речевого поведения женщин

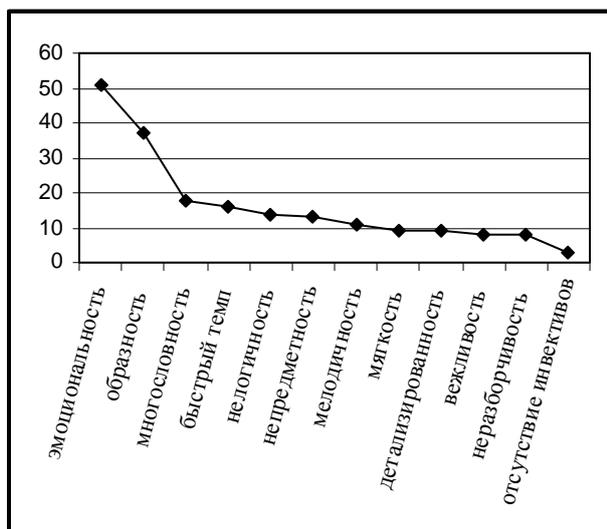


Рис. 26. Распределение частот реакций информантов-гуманитариев по признакам речевого поведения женщин

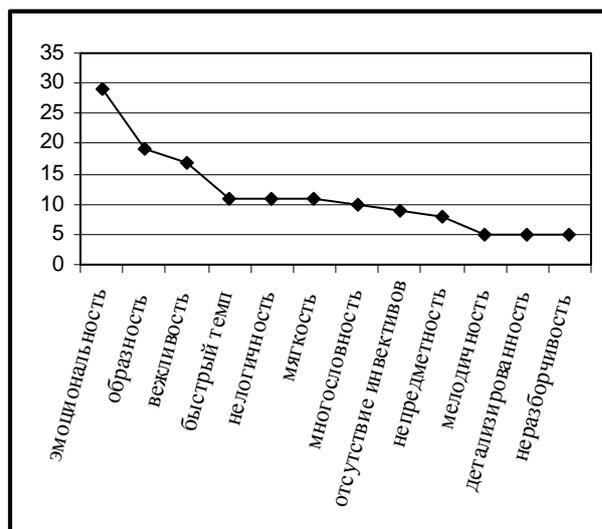


Рис. 27. Распределение частот реакций информантов-негуманитариев по признакам речевого поведения женщин

Распределения частот реакций информантов по признакам речевого поведения мужчин (выделение зон в групповых стереотипах)

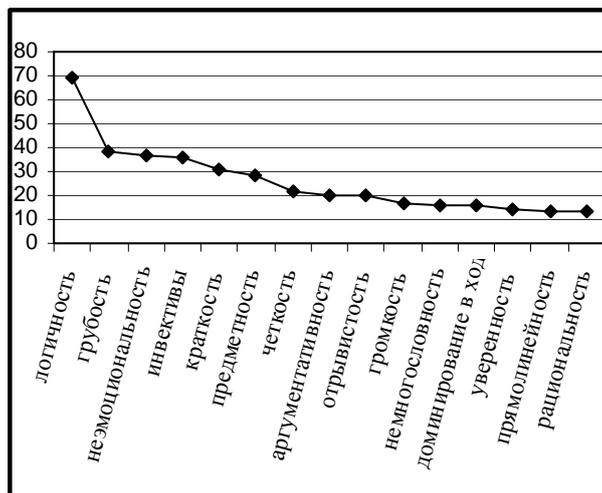


Рис. 28. Распределение частот реакций информантов по признакам речевого поведения мужчин

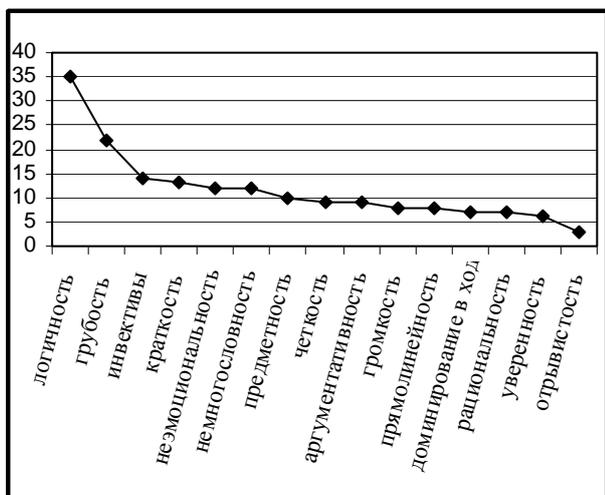


Рис. 29. Распределение частот реакций информантов-мужчин по признакам речевого поведения мужчин

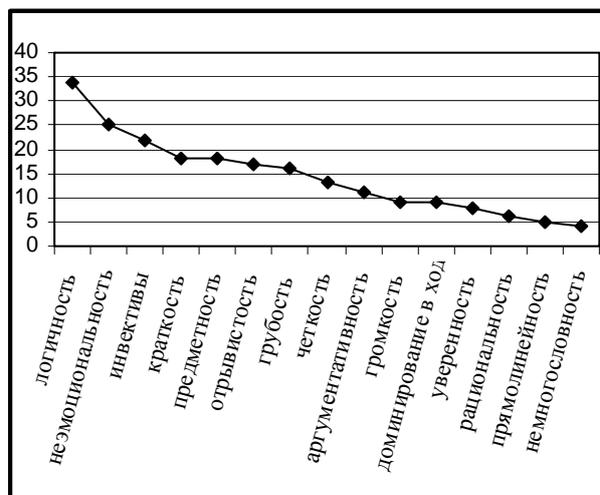


Рис. 30. Распределение частот реакций информантов-женщин по признакам речевого поведения мужчин

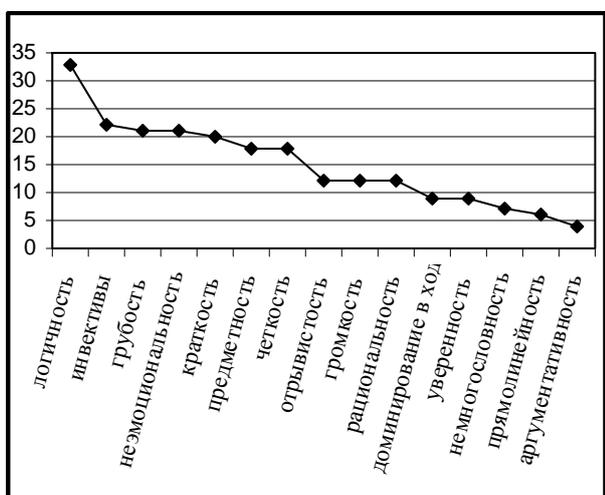


Рис. 31. Распределение частот реакций информантов в возрасте 17-39 лет по признакам речевого поведения мужчин

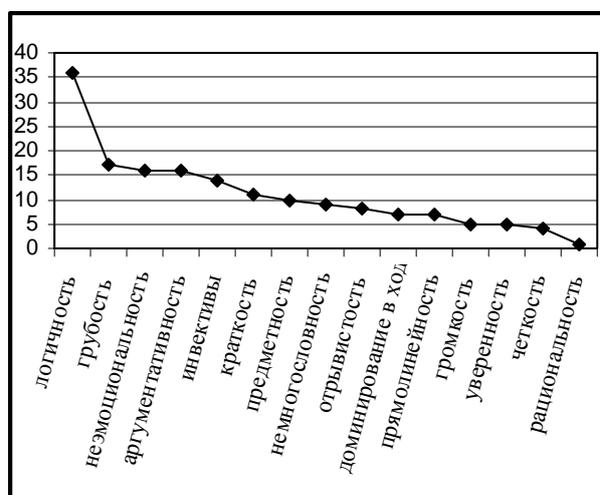


Рис. 32. Распределение частот реакций информантов в возрасте 40-65 лет по признакам речевого поведения мужчин

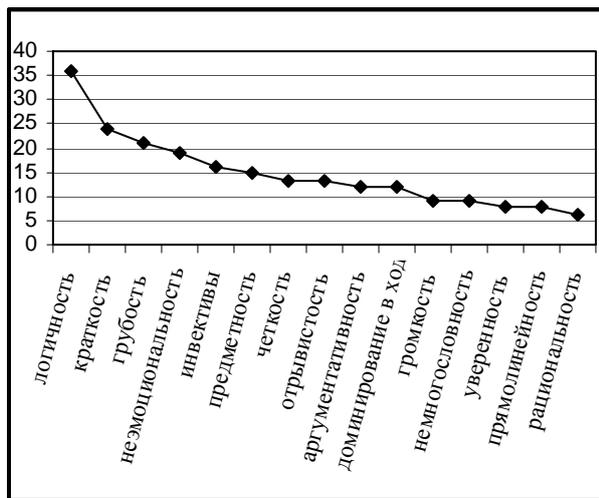


Рис. 33. Распределение частот реакций информантов с высшим образованием по признакам речевого поведения мужчин

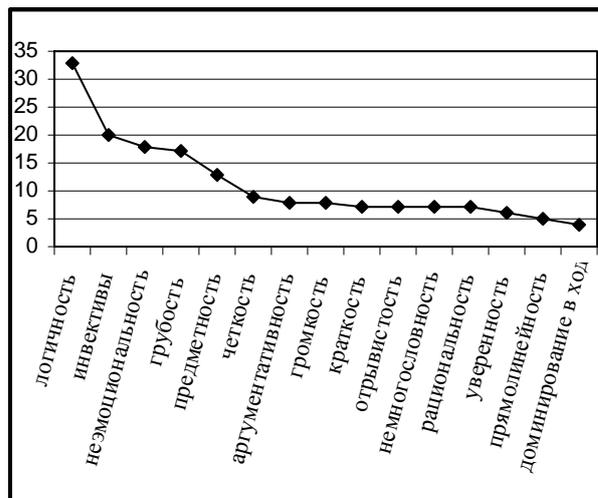


Рис. 34. Распределение частот реакций информантов со средним образованием по признакам речевого поведения мужчин

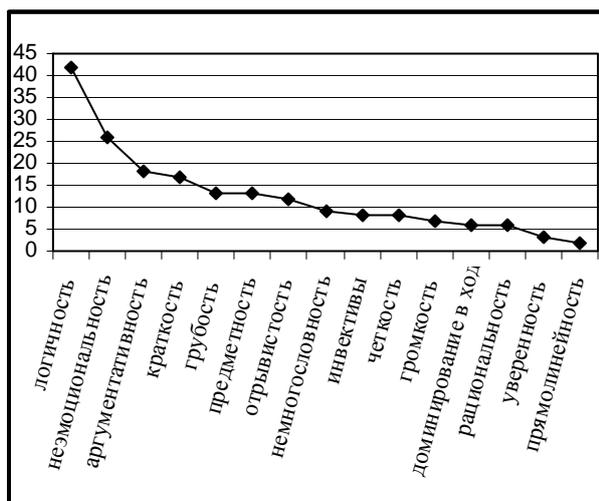


Рис. 35. Распределение частот реакций информантов-гуманитариев по признакам речевого поведения мужчин

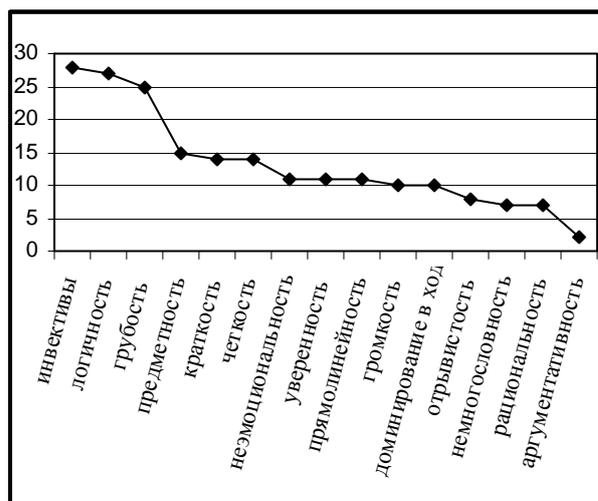


Рис. 36. Распределение частот реакций информантов-негуманитариев по признакам речевого поведения мужчин

Научное издание

Гаранович Марина Владимировна

Научные редакторы:

доктор филологических наук, профессор *Т. И. Ерофеева*,

доктор филологических наук, профессор *Е. В. Ерофеева*

**Социолингвистическое варьирование
гендерных стереотипов в языковом сознании русских**

Монография

Издается в авторской редакции

Компьютерная вёрстка: *М. В. Гаранович*

Подписано в печать 05.03.2020. Формат 60×84/16.

Усл. печ. л. 13,25. Тираж 50 экз. Заказ 19/2020

Издательский центр
Пермского государственного
национального исследовательского университета.
614990, г. Пермь, ул. Букирева, 15

Отпечатано с готового оригинал-макета
в типографии «Книжный формат».
614990, г. Пермь, ул. Пушкина, 80