Правительство Российской Федерации

Федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего профессионального образования

Национальный исследовательский университет

«Высшая школа экономики - Нижний Новгород»

Факультет гуманитарных наук

Кафедра прикладной лингвистики и межкультурной коммуникации

Реферат

Гендерные особенности коммуникации в Интернете (на примере сайтов знакомств)

Содержание

Введение

. Особенности интернет-коммуникации

. Гендерные особенности коммуникации в Интернете (на примере сайтов знакомств)

Заключение

Библиографический список

Введение

Гендерные исследования - относительно новое направление российского гуманитарного знания, изучающее все, что делает проблематику пола частью области социальной жизни и культуры. Иными словами, это социокультурные факторы, определяющие отношение общества к мужчинам и женщинам, поведение индивидов в связи с их принадлежностью к полу, стереотипные представления о мужских и женских качествах, профессиях, ролях в обществе и пр.

В интернет-среде, особенно на виртуальных площадках, предназначенных для дружеских и романтических знакомств, вопрос определения пола и/или гендера собеседника часто стоит на первом месте - слишком распространенной оказывается практика, когда собеседник выдает себя за другого человека, и под профилем молодой девушки, ищущей подруг, скрывается мошенник или потенциально опасный мужчина «за 30» с неясными намерениями. К счастью, существуют определенные маркеры, по которым можно определить пол собеседника или хотя бы получить повод для более внимательной его проверки.

Актуальность проблемы определения гендерных особенностей коммуникации в сети обусловлена необходимостью изучения языковых маркеров, указывающих на пол собеседника, с целью повышения безопасности при общении в интернет-пространствах, созданных для знакомств.

С практической точки зрения, исследование гендерных особенностей в интернет-коммуникации может быть полезно для изучения специфики поведения людей разных полов в сети. Таким образом, выбранная тема находится на пересечении лингвистики, психологии и криминалистики и может оказаться полезной не только в повседневной жизни, чтобы отличить подозрительный профиль от настоящего, но и в профессиональных сферах - психологии и лингвокриминалистике для более подробного анализа личности через особенности ее общения на интернет-площадках, в том числе анонимных.

Объектом исследования являются высказывания, оставленные пользователями обоих полов в статусах, комментариях и личных сообщениях на сайтах знакомств.

Предмет исследования - грамматические и лексические маркеры, способные указать на пол автора.

Цель работы - выявить основные гендерные особенности или их отсутствие в Интернет-коммуникации. Выдвигается следующая гипотеза: в высказываниях интернет-пользователей существуют определенные маркеры, способные указать на пол собеседника.

Цель и гипотеза определяют следующие задачи:

 Дать определения понятиям гендера, речевых маркеров, стереотипов;

 Проанализировать интернет-высказывания на предмет наличия гендерных особенностей;

 Выделить неединичные случаи употребления определенных маркеров, способных указать на гендер пользователя;

 Классифицировать выявленные маркеры гендера;

 Подтвердить правильность составленной классификации.

В работе использовались следующие методы:

 метод сплошной выборки при отборе авторских высказываний для последующего анализа;

 метод лингвистического наблюдения и описания при выделении изучаемых явлений и описании их функционирования;

 анализ употребления речевых маркеров при определении пола автора высказывания;

 сравнение специфик употребления различных речевых маркеров в Интернет-коммуникации.

Цель и задачи исследования определяют структуру работы, состоящей из введения, двух глав, заключения, списка литературы. Введение содержит общую характеристику проблемы, обоснование её актуальности и практической значимости, формулировки проблемы, гипотезы, цели и задач исследования, а также определение методологической основы и методов выполнения работы и краткий обзор использованных литературных источников.

В связи с протестом против угнетения женщин как класса автор при написании работы стремилась использовать максимальное количество работ женщин-ученых, освещавших тематику гендерной лингвистики. В дальнейшем, чтобы подчеркнуть равнозначность авторитета исследователей разных полов, по отношению к женщинам-ученым, написавшим монографии, исследования и т.д. будет применяться термин авторка, что, с точки зрения филологии, подчеркнет не только их статус, но и половую принадлежность.

гендерный коммуникация сеть поведение

1. Особенности интернет-коммуникации

Основой данной работы являются исследования в области гендера и его представлений в языке, а именно, в Интернет-коммуникации, поэтому, прежде всего, необходимо определить значения ключевых терминов.

Маркеры, в самом широком смысле, обычно обозначают наличие или отсутствие отличительных особенностей. Общее определение лингвистического маркера, данное в Оксфордским толковым словарем по психологии, и наиболее емко описывающее его, - это сигнал, который указывает (то есть маркирует) функцию или свойство. Соответственно, в данной исследовательской работе будут рассматриваться так называемые гендерные маркеры, то есть особенности письменной речи Интернет-пользователей, способные указать на гендер автора.

Понятие гендер трактуется как социокультурный конструкт пола, представляющий собой заданные характеристики так называемого «мужского» и «женского» поведения, образа жизни и т.д. В отличие от биологического пола, гендер строится в определенном социокультурном контексте в определенный исторический период и, следовательно, различен во времени и пространстве.

Наиболее подробно проблему гендера в Интернете описывает А.Е Войскунский. В статье «Пол. Гендер. Интернет» автор проводит параллели между понятиями пола и гендера, а также исследует половые различия в общении посредством Интернета, а именно, в онлайн-играх. По его словам, существует так называемый «гендерный разрыв», выражающийся в относительно небольшой представленности женщин в Интернет-среде, по сравнению с мужчинами. Так по данным опроса, проведенного Фондом «Общественное мнение» (www.fom.ru <http://www.fom.ru>) в 2003 году, в России доли мужчин и женщин старше 18 лет в Интернете неравномерны и составляют 58% и 42% соответственно, и неравный доступ полов к компьютерам наблюдается во всем мире. А.Е. Войскунский объясняет это явление низкой заинтересованностью представительниц женского пола в компьютерах и информационных технологиях, что, в свою очередь, часто является следствием влияния общественности, считающей, что «женщине следует держаться подальше от компьютера». И хотя сейчас общество более либерально относится к увлечению женщин компьютерами, а женская аудитория в Интернете постепенно увеличивается, стереотипы о «типично-женском» и «типично-мужском» поведении в сети все еще живы, особенно на Интернет-площадках, предназначенных для людей среднего и старшего возраста.

В данной исследовательской работе рассматриваются материалы в основном с сайтов знакомств, ввиду специфичности их целевой аудитории - средний возраст активных пользователей 32 года, как правило, люди этого возраста более подвержены поведенческим стереотипам, в отличие от более молодых пользователей. Стереотип - это жесткое, часто упрощенное представление о конкретной группе или категории людей, так называемый «шаблон», формирующийся с опытом конкретного индивида, отсюда предполагаемая зависимость между возрастом человека и его подверженности стереотипам. Кроме того, по личному опыту и наблюдениям независимых третьих лиц, пользователями таких сайтов нередко оказываются люди асоциальные, с низким уровнем интеллекта, а также отбывающие или отбывшие заключение; всё это усиливает их подверженность поведенческим стереотипам.

В статье «Интернет-коммуникации в гендерном измерении» Е.И. Горошко рассматривает некоторые гендерные особенности коммуникации в сети. В первую очередь, авторка выделяет доминирование мужчин в интернет-общении и их инициаторство при предложении новых тем для обсуждения, а также их повышенную вербальную агрессивность. В то же время в Интернет-коммуникации женщины часто сталкиваются с теми же проблемами, что и при обычном общении - инициируемые ими темы могут «повисать» в электронном пространстве, не находя поддержки среди остальных пользователей, а их высказывания чаще встречают прямую и не всегда справедливую критику. При этом, по словам авторки, почти все исследователи признают, что гендерные особенности скорее являются тенденцией и носят вероятностный, а не инвентарный характер, поэтому нельзя однозначно утверждать, что выделяемые особенности обязательно присущи тому или иному гендеру без исключений.

В проведенном исследовании, описанном Е.И. Горошко, в качестве контрольных параметров были использованы две группы характеристик, включающие в себя структурные признаки электронных текстов (длина, индекс лексического разнообразия и т.п.) и «гендерные характеристики», то есть речевые средства, которые, по литературным источникам, могут быть гендерно маркированы (наличие этикетной лексики, количество грамматических ошибок, императивных конструкций и т.п.). В данной исследовательской работе упор сделан именно на вторую категорию характеристик, то есть на гендерно-маркированные особенности Интернет-коммуникации. В другой статье, под названием «Гендерные особенности русскоязычного Интернета», Е.И. Горошко рассказывает о результатах аналогичного эксперимента для русскоязычного Интернет-пространства. Статистически значимыми получились следующие особенности:

 Женщины пишут чаще и практически всегда отвечают на вопросы.

 Женские тексты длиннее.

 Если вопрос ставится женщиной, то охотнее на него отвечают женщины.

 Женщины используют гораздо больше вежливой лексики.

 Смайлики используются исключительно женской виртуальной аудиторией. Мужчины используют чаще тактику флейма.

 По показателю TTR (лексическому разнообразию) словарь женщин оказался беднее. Проведенный анализ лишь отчасти подтвердил данные, полученные на анализе материалов англоязычного дискурса. Не подтвердились сведения, например, о том, что мужчины более интенсивно участвуют в электронной коммуникации, однако, полностью подтвердились данные относительно использования эмотикона женщинами, свидетельствующие о большей эмоциональности женщин в Интернет-коммуникации.

Итак, можно сказать, что подобные лингвистические исследования уже проводились, но, в основном, в период до 2010 года, а поскольку в последние годы Интернет активно развивается, полученные данные могли устареть к 2017 году. Этим обусловлена научная новизна данной исследовательской работы. Но прежде чем перейти к практической части исследования, хотелось бы обратить внимание на еще одну научную статью под авторством А. Жичкиной «Социально-психологические аспекты общения в интернете». Она не столь явно относится к теме данной исследовательской работы, но в ней авторка исследует феномен идентичности и выделяет основные закономерности общения в Интернете. Коротко можно описать проведенное ею исследование поговоркой, которую приводит она же: «В Интернете никто не знает, что вы - собака». Главная особенность Интернет-коммуникации - анонимность - позволяет пользователям создавать так называемые «виртуальные личности», которые могут быть как похожи на создателей или нет. В этом заключается главная опасность общения на сетевых площадках, особенно, предназначенных для дружеских и романтических знакомств - собеседник может оказаться не тем, за кого себя выдает или кем пытается казаться, и определенные маркеры в его речи могут косвенно указывать на это.

В данной работе во внимание принимаются исключительно маркеры гендера, которые могут лишь косвенно указывать на пол собеседника, поскольку являются стереотипными и не могут существовать без исключений.

Таким образом, на основе проведенного анализа теоретического материала можно сделать следующие выводы:

 Женские и мужские сетевые вербальные характеристики не идентичны - гендерные особенности, безусловно, существуют;

 Гендерные особенности часто обусловлены приверженностью пользователей поведенческим стереотипам;

 Гендерные особенности различны в англо- и русскоязычном Интернет-дискурсе;

. Гендерные особенности коммуникации в Интернете (на примере сайтов знакомств)

Переходя к практической части данной исследовательской работы, включающей в себя подробный список выявленных гендерных маркеров с пояснениями, необходимо сделать несколько уточнений. В данной работе рассматривается бинарная гендерная система, поэтому в выборку входят высказывания пользователей только мужского и женского пола. Это объясняется специфичностью интерфейса сайтов знакомств, с помощью которых проводилось исследование - при регистрации можно указать только один пол из двух представленных. Пользователи, не вписывающиеся в бинарную гендерную систему, обычно предпочитают использовать для знакомств социальные сети с более широким набором возможностей, нежели сайты знакомств, поэтому единичные случаи их высказываний на таких сайтах не учитывались.

Материалы для исследования были собраны с помощью сайтов знакомств tabor.ru, mamba.ru, fotostrana.ru, loveplanet.ru, приложения для знакомств Друг Вокруг (drug-vokrugs.com) и группы «И тут он мне пишет…» ВКонтакте. В общей сложности было проанализировано по 500 случайных анкет мужчин и женщиниз России в возрасте от 18 лет.

Также для проведения исследования была создана анкета на сайтах tabor.ruи mamba.ru, с целью поиска девушки от 18 до 23 лет для переписки, дружбы и реального общения. Критерии поиска были обусловлены личными предпочтениями, но само их наличие повлияло на результаты исследования. Одним из наиболее интересных общих наблюдений является тот факт, что фейковые анкеты противоположного пола создают только мужчины, что создало определенные трудности для определения подлинности женских анкет. Тем не менее, это позволило выделить отдельную категорию профилей - мужчин, притворяющихся женщинами, - и описать их особенности коммуникации, а заодно подтвердить предположения насчет уже выявленных гендерных маркеров. Проверка проводилась следующим образом: как только «собеседница» проявляла в беседе какие-либо яркие особенности, обычно присущие мужчинам, ей задавалось несколько контрольных вопросов, касающихся женской физиологии или специфических «женских» знаний, и на основе ответов или их отсутствия, как правило, можно было однозначно определить подлинность анкеты.

Так, например, за все время пребывания на сайте tabor.ru (с 7.10.16 по 20.03.17), соотношение женщин и мужчин, зашедших на исследовательскую страницу, составляет примерно 10/100, в то время как по количеству сообщений соотношение составляет примерно 6/100, а исключая фейковые мужские анкеты, - примерно 3/100. Из этого можно сделать вывод, что в коммуникации женщины занимают преимущественно пассивную позицию и действительно обращают внимание на интересы собеседника и не начинают диалог, если они не совпадают. Несмотря же на указание интереса исключительно к девушкам, каждый день на профиль писали мужчины, из которых анкету читали считанные единицы, и часто указанные условия для общения их не останавливали, а наоборот «бросали вызов», возможно, благодаря распространенному в обществе стереотипу «Женское “нет” значит “да”», иными словами, что девушек нужно добиваться даже в том случае, если они не заинтересованы в знакомстве. Единственной «уважительной» причиной для отказа от общения считалось только наличие мужа или постоянного партнера, в остальных же случаях многие пользователи упорно пытались доказать, что именно для них стоит сделать исключение. Это еще раз доказывает распространенность мизогинии в России и в рунете в частности - мужчины куда больше уважают других мужчин, нежели женщин и их мнение. Также примечательной особенностью является тот факт, что женщины на сайтах знакомств практически не пытаются навязывать собеседникам свои взгляды на жизнь, внешность и т.д., в то время как среди мужчин наблюдается тенденция писать девушкам с требованием изменить определенные детали в их внешности или поучениями касательно их интересов и жизненных приоритетов. Таким образом они пытаются сделать пользовательниц более «удобными» для себя, будучи при этом уверенными в своей исключительной правоте. По такой модели женщина обязана слушать и принимать во внимание советы от противоположного пола, но, когда этого не происходит, некоторые пользователи могут начать насмехаться над ней или даже оскорблять ее, чего, как правило, не позволяют себе женщины.

Кроме того, были проанализированы статусы пользователей. По результатам исследования, оказалось, что мужчины устанавливают статусы реже - из 500 просмотренных анкет, статусы были установлены только на 172, против 212 статусов у женщин. Условно можно разделить их на пять категорий: критерии поиска потенциального партнера, цитаты из онлайн-базы, контактные данные (такие, как ссылка на страницу в других социальных сетях или номер телефона), информация о себе и прочие высказывания (приветствие, поздравление с праздником и т.д.). Незначительные различия в секторе «критерии поиска» может объясняться случайностью выборки, поэтому показательными являются оставшиеся четыре категории. Так выяснилось, что женщины, в отличие от мужчин, чаще устанавливают в качестве профилей красивые цитаты и важную, по их мнению, информацию о себе. При этом, мужчины, как правило, указывали исключительно свои достоинства, такие как выдающиеся качества внешности, характера и материального состояния, в то время как статусы женщин в этой категории не подвержены закономерностям - в них могут быть указаны как достоинства личности, так и недостатки, и любая информация, такая как наличие или отсутствие детей или даже предупреждение о том, что пользовательница является носительницей ВИЧ+ статуса. Что касается указания контактных данных, то такая черта больше присуща мужчинам - многие мужчины считают, что гораздо удобнее общаться по телефону или на других Интернет-площадках, а многие женщины наоборот предпочитают не переносить знакомства с подобных сайтов в более личное пространство, чтобы избежать возможной навязчивости или даже преследований и в любой момент «оборвать» все контакты, если что-то пойдет не так.

Отличительной особенностью является еще одна выделенная категория, присущая исключительно женским статусам -некоторые пользовательницы в статусах просят мужчин не писать им. Впрочем, как показала практика, это не очень действенный способ абстрагироваться от мужского внимания: за месяц на анкету с подобным статусом написали 219 мужчин, что может сигнализировать о невнимании к интересам собеседниц.

Еще одной формой высказываний на сайтах знакомств являются комментарии под статусами и фотографиями пользователей. Примечательно, что женщины в целом редко комментируют фотографии и статусы мужчин, в то время как мужчины гораздо активнее в этом плане. Так, чтобы собрать 100 мужских комментариев, в рамках исследования пришлось открыть 3 женских профиля, а для 100 женских комментариев - 8 мужских профилей. Выяснилось, что разнополые пользователи примерно с одинаковой частотностью используют смайлики и негативную оценку. Помимо этого, женщины также могут выражать в комментариях нейтральную оценку, чего не делают мужчины. Особое внимание следует обратить на комплименты: пользователи обоих полов используют комплименты с примерно одинаковой частотностью, однако женщины при этом делают почти в три раза меньше комплиментов с сексуальным подтекстом и выражают этот подтекст, в основном, завуалированно и в рамках литературной нормы. Мужчины же часто используют при этом бесценную лексику, что свидетельствует о распространенной объективации женщин. Говоря непосредственно об отличительных чертах коммуникации, первым делом следует обратить внимание на приветствие. Поскольку сайты знакомств считаются неформальными пространствами, пользователями обоих полов, как правило, используется достаточно нейтральное слово «привет» и все его вариации, но на этом сходство заканчивается. При анализе первых сообщений пользователей было выделено две категории возможных вариантов: в первую попали сообщения с приветствием и комбинации, когда к приветствию добавляется предложение встретиться, комплимент, вопрос и т.п.; во вторую - без приветствия. Женщины в половине случаев ограничиваются одним приветствием в первом сообщении, и лишь после ответа начинают непосредственное общение, в то время как мужчины часто вовсе пропускают приветствие, заменяя его комплиментом внешности (нередко похабным), предложением встретиться или каким-либо личным вопросом. Если же мужчина все-таки здоровается, то к этому приветствию часто добавляется предложение познакомиться, небрежное обращение типа «киска», «солнышко», «красотка», считая их комплиментом, способным максимально расположить девушку к собеседнику, или, в некоторых случаях, подробное описание его достоинств, которое, по идее, должно выгодно выделять его на фоне остальных собеседников, чего не делают женщины. В таком случае мужчины часто используют прием «копипасты» (copy+paste), то есть, скопированный единожды текст рассылается многим пользовательницам, что часто свидетельствует о нежелании мужчин каждый раз придумывать оригинальный текст для знакомства.

Если сравнить Интернет-знакомства с рыбалкой, то женщины чаще«забрасывают удочку», то есть, находят к каждому собеседнику индивидуальный подход, а мужчины «расставляют сети», с намерением, написать как можно большему числу девушек за максимально короткое время и затратив меньшее количество усилий, по принципу «А вдруг». Так многие мужчины в первом же сообщении делают собеседнице непристойные предложения, чтобы «не тратить время на пустой разговор». Некоторые интернет-площадки позволяют пользователям отправить собеседнику комплимент из онлайн-базы, и многие мужчины, особенно те, для кого русский язык не является родным, используют эту функцию, чтобы произвести благоприятное первое впечатление на женщину, однако уже со второго сообщения становится видна неграмотность пользователя, вплоть до того, что сообщения русского человека на русском языке могут быть совершенно нечитаемы. Как показал проведенный опрос, такую неграмотность многие оправдывают, опять же, ленью и нежеланием вспоминать правила грамматики. Женщины же при переписке показывают куда большее внимание к собственной орфографии и пунктуации, и, в целом, считают ее более важной.

Что касается особенностей лексики, то в сообщениях пользовательниц не было найдено выделяющихся ярких маркеров, которые могли бы однозначно указать на женское авторство высказываний, зато удалось выделить несколько особенностей в высказываниях мужчин. Наиболее примечательной является тюремный жаргон, так как многие пользователи находятся или находились ранее в местах лишения свободы, потому и наиболее заинтересованы в знакомствах через Интернет. Еще одним маркером, уже упомянутым ранее, служат небрежные «ласковые» прозвища, такие как «милая», «солнышко», «зайка», «красотка», «принцесса», «детка» и все их производные, а также подобные. Пользователи мужского пола используют их чаще в качестве обращения, нежели комплимента. Причин столь частого употребления подобных слов может быть несколько:

 чтобы намеренно показать свое доминирование над «слабым полом», согласно распространенному стереотипу о том, что женщина должна быть слабой «куколкой», а мужчина - сильным «защитником» для нее;

 чтобы внушить собеседнице доверие и ощущение близкого знакомства с первых же сообщений, и, следовательно, ускорить процесс общения;

 по привычке и без какого-либо умысла, полагая, что собеседнице это понравится из-за распространенного стереотипа «женщины любят ушами».

Такие ласковые прозвища являются также самой выделяющейся чертой мужчин, выдающих себя за женщин - практически все пользователи, писавшие с фейковых женских аккаунтов, употребляли в речи подобные обращения, причем наиболее часто встречались «киска» и «милая», а также все их производные. Кроме того, высказывания таких мужчин изобилуют большим количеством диминутивов, независимо от объекта речи, а также «небрежными» наименованиями, такими как «подружки», вместо «подруги», «девочка», вместо «девушка», «мальчик», вместо «парень» и т.п. Таким образом мужчины пытаются имитировать стереотипную «женскую» речь, но женщины, как правило, так не разговаривают, поэтому наличие таких маркеров в больших количествах может однозначно сигнализировать о том, что владелец аккаунта на самом деле мужчина. Субъектом речи в таких случаях всегда являются подробности личной жизни женщины - мужчина задает собеседнице вопросы и изредка переключает внимание на себя, сообщая выдуманные детали «своей» личной жизни, чтобы поддерживать интерес собеседницы. Часто в таких деталях фигурирует большой сексуальный опыт, особенно с женщинами, но, если начать задавать встречные вопросы, не касающиеся интимных подробностей, собеседник сообщает их неохотно, в общих чертах, может путаться в деталях, то есть, проявляет типичные признаки человека, придумывающего историю на ходу, или вовсе игнорирует вопрос. Как правило, такое нетипичное для женщин поведение быстро заставляет насторожиться. Поскольку в ходе исследования не было возможности однозначно определить пол собеседника, таким «подозрительным» собеседникам задавались несколько контрольных вопросов, на которые они реагировали по-разному. Практически всегда после такого вопроса собеседник надолго замолкал. Если, например, во время беседы среднее время ответа на прочитанное сообщение составляло 1-2 минуты, то, чтобы ответить на сообщение с контрольным вопросом, этому же пользователю требовалось 5-12 минут. Скорее всего, это связано с попыткой найти убедительный ответ в Интернете, но в некоторых случаях (вероятно, когда не удавалось найти однозначный ответ), собеседник задавал встречные вопросы («Зачем тебе это знать?»), уходил от ответа («Ты что, думаешь, я не знаю? Ну и не пиши мне!») или даже пытался надавить на чувство вины («Ты что, не доверяешь мне?»). Лишь после неудачных попыток изменить предмет разговора, пользователи, верящие в возможность того, что девушка поверила им на слово, отвечали на вопросы, и чаще всего неправильно.

В целом, при анализе сообщений от таких пользователей было замечено, что они содержат в себе наиболее яркие особенности, присущие мужчинам (лексика, активная позиция в диалоге, наличие прозвищ), подчеркнутые деталями стереотипного «женского» общения (эмоциональность, наличие большого числа диминутивов, «гламурные» словечки).

Из проведенного анализа можно сделать следующие выводы:

 в мужских высказываниях больше выделяющихся особенностей, нежели в женских;

 многие гендерные маркеры являются результатом воздействия стереотипов;

 женщины больше заинтересованы в интересах собеседника, нежели мужчины;

 в общении мужчины ведут себя более активно и проявляют большую агрессию;

 тюремный жаргон и обсценная лексика присущи, в основном, мужчинам;

 женщины уделяют большее внимание грамотности;

 комплименты с сексуальным подтекстом чаще встречаются в речи мужчин;

 женщины чаще общаются ради процесса общения, мужчины - ради результата (встреча и т.д.);

 мужчины часто используют прием «копипасты»;

 женщины не создают фейковые анкеты противоположного пола;

 в статусах женщины чаще размещают цитаты;

 если в статусе указана информация о собеседнике, то у мужчин это чаще всего их достоинства; в женских статусах такой специфики нет;

 только женщины в статусах просят противоположный пол не писать им;

 ласкательные прозвища и употребление диминутивов присущи, в основном, мужчинам;

 мужчины, создающие женские аккаунты, полностью выдают себя определенными гендерными маркерами.

Заключение

В связи с появлением новой формы коммуникации - Интернет-общения, основной отличительной чертой которого является возможность сохранить анонимность пользователей, - появилась необходимость в средствах, позволяющих удостовериться в подлинности профиля собеседника. Одним из таких средств являются гендерные маркеры, с помощью которых можно определить пол автора высказывания. Это особенно важно для безопасности на сайтах знакомств, поскольку часто знакомства на них переносятся в реальную жизнь.

Итак, в представленной работе была предпринята попытка выделить гендерные особенности в Интернет-коммуникации в России среди совершеннолетних пользователей. Путем анализа было выделено несколько гендерных особенностей, то есть, речевых средств, которые, по литературным источникам, могут быть гендерно маркированы. В их число вошли грамотность, лексика, общий настрой и стиль общения. Таким образом, была подтверждена гипотеза, что в высказываниях интернет-пользователей существуют определенные маркеры, способные указать на пол собеседника, причем наиболее выделяющиеся из них встречаются в высказываниях мужчин. В результате теоретической разработки проблемы, было выявлено, что особенности общения в Интернете - важная психолингвистическая проблема. Поскольку эта сфера языкознания находится в стадии разработки, ее изучение представляется весьма перспективным.

Библиография

1. Кирилина А.В., Томская М.В. Лингвистические гендерные исследования// Отечественные записки. - № 2 (23). - М., 2005. - С. 112-132.

. Кирилина А.В. Гендер: лингвистические аспекты. -М. - 1999. - 155 с.

. Кирилина А.В. Гендерные исследования в лингвистике и теории коммуникации. - М.: "Российская политическая энциклопедия" (РОССПЭН), 2004. - 252 с.

. Кирилина А.В. Проблематика гендерных исследований в лингвистике. - МЦГИ,

. Горошко Е.И., Кирилина А.В. Гендерные исследования в лингвистике сегодня //Гендерные исследования, № 2 (1/1999). М., 1999. - 297 с.

. Горошко Е.И. Интернет-коммуникации в гендерном измерении // Вестникпермского университета. Выпуск 3, Пермь, 2006. С.219-229.

. Горошко Е.И. Электронная коммуникация (гендерный анализ) // Общение,языковое сознание и межкультурная коммуникация. М., 2005

. Горошко Е. И. Гендерные особенности русскоязычного Интернета // Наукові записки Луганського національного університету. Вип.5, Т.3 Серія “Філологічні науки”: Зб. наук. праць Луган. Нац. Пед. Ун-т ім. Тараса Шевченка. - Луганськ: Альма-матер, 2004б.

. Митина О.В., Войскунский А.Е. Интернет в гендерном измерении //Введение в гендерные исследования. - М.: Аспект-Пресс, 2005

. Войскунский А.Е. Исследования Интернета в психологии // Интернет и российское общество / Под ред. И. Семенова. - М.: Гендальф, 2002.

. Арестова О.Н., Бабанин Л.Н., Войскунский А.Е. Специфика психологических методов в условиях использования компьютера. - М.: Изд-во МГУ, 1995.

. Тихомиров О.К., Бабаева Ю.Д., Войскунский А.Е. Общение, опосредствованное компьютером. - Вестник МГУ, Сер. 14. Психология. № 3. 1989.

. Арестова О. Н., Бабанин Л. Н., Войскунский А. Е. Коммуникация в компьютерных сетях: психологические детерминанты и последствия. - Вестник Московского университета, Сер. 14. Психология, 1996, № 4, с. 14-20.

. Войскунский А.Е. Пол. Гендер. Интернет // Вестник Российского Гуманитарного научного фонда, 2004, № 1, с. 169-178.

. Арестова О.Н., Войскунский А.Е. Исследование половых различий приработе с интернетом на примере российских пользователей // интернет-публикация: http://www.relarn.ru:8082/human/woman.txt - 2005.

. Литневская Е.И., Бакланова А.П. Психолингвистические особенностиИнтернета и некоторые языковые особенности чата как исконного сетевого жанра // Вестник МГУ. Филология. 2005. 6. С.46-61

17. Жичкина А. (1999) Социально-психологические аспекты общения винтернете // <http://flogiston.ru/articles/netpsy/refinf>

. Мун Л.Н. (2002) Информационные технологии и гуманитарнаякультура // Мир психологии, № 1.

. Чернобровкина И.Г. Гендерные аспекты в анализе Интернет-коммуникаций // Интегративный поход к психологии человека исоциальному взаимодействию людей / под ред. Волохонской М.С.,Микляевой А.В. // Материалы II Всероссийской научно-практической(заочной) конференции. - МО: СВИВТ, 2012. - С. 155-162.

20. Bruckman A. Gender Swapping on the Internet // The Internet Society // интернет-публикация: http://www.cc.gatech.edu/asb/papers. - 1993 <http://www.cc.gatech.edu/asb/papers.%20-%201993>.

. Herring, S., Gender Differences in Computer-Mediated Communication: Bringing Familiar Baggage to the New Frontier // интернет-публикация: http://www.cpsr.org/. - 1994.

. Kramarea, Ch., Taylor, H.J., Women and Men on Electronic Networks: a Conversation or Monologue? // Women, Information Technologies, andScholarships. University of Illinois, Center for Advanced Study, 1993.

Словари

. Словарь гендерных терминов / Под ред. А. А. Денисовой / Региональная общественная организация "Восток-Запад: Женские Инновационные Проекты". М.: Информация XXI век, 2002. 256 с.

. Оксфордский толковый словарь по психологии / Под ред. А. Ребера: в 2-х тт: Т.1. / Пер. с англ. Чеботарева Е.Ю. - М.: Вече АСТ, 2003

. Психология. А-Я. Словарь-справочник / Пер. с англ. К. С. Ткаченко. - М.: ФАИР-ПРЕСС. Майк Кордуэлл. 2000.