

70. Sanz, C. Adult SLA: The interaction between external and internal factors // Sanz, C. (Ed.). *Mind and content in adult second language acquisition: methods, theory, and practice.* – Georgetown, DC: Georgetown University Press.–2005. – Pp.3–20.
71. Sanz, C. (Ed.). *Mind and content in adult second language acquisition: methods, theory, and practice.* – Georgetown, DC: Georgetown University Press. – 2005. – 322 p.
72. Schumann, J. *The piginization process: A model for second language acquisition.* – Rowley, Mass.: Newbury House, 1978.
73. Steinberg D.D. & Sciarini N.V. *An introduction to psycholinguistics.* – 2<sup>nd</sup> ed. p. cm. – London; New York; Boston etc.: Pearson Education Limited, 2006. – 306 p.
74. Swain, M. & Deters, P. “New” mainstream SLA theory: Expanded and enriched // *The Modern Language Journal.* – 2007. – Vol. 91. – Pp.820–836.
75. Tarone, E. Systematicity and attention in interlanguage // *Language Learning.* – 1982. – Vol. 32. – Pp.69–84.
76. Tarone, E. Sociolinguistic approaches to second language acquisition research // *The Modern Language Journal.* – 2007. – Vol. 91. – Pp.837–848.
77. Tomasello M. The cultural roots of language // Velichkovsky, B.M & Rumbaugh, D.M. (Eds.). *Communicating meaning: The evolution and development of language.* – Mahwah, NJ: Laurence Erlbaum, 1996. – Pp.275–307.
78. Tomasello M. The key is social cognition // Gentner, D. & Goldin-Meadow, S. (Eds.). *Language in mind: Advances in the study of language and thought.* – Cambridge, Mass; London, England: The MIT Press, 2003. – Pp.47–57.
79. Tomasello M. Introduction: Some surprises for psychologists // Tomasello, M. (Ed.). *The new psychology of language: cognitive and functional approaches to language structure.* – Mohwah, NJ; London: Erlbaum, 2003. – Vol.2. – Pp.1–14.
80. Towell R. & Hawkins R. *Approaches to second language acquisition.* – Clevedon: Multilingual Matters, 1994. – 280 p.
81. Zentella, A.C. *Growing up bilibgual: Puerto Rican children in New York.* – Maiden, MA; Oxford, UK: Blackwell Publishers, 2000. – 323 p.
82. Wertsch, J.V. (Ed.). *Culture, communication and cognition: Vygotskian perspectives.* – Cambridge; London; New York etc.: Cambridge University Press, 1986. – 379 p.
83. Widdowson, H. *Rules and procedures in discourse analysis* // Myers, T. (Ed.). *The development of conversation and discourse.* – Edinburgh: Edinburgh University Press, 1979.
84. Widdowson, H. *Learning purpose and language use.* – Oxford: Oxford University Press, 1984.

А.В. Палкова

#### ИНТЕРНЕТ-КОММУНИКАЦИЯ В ГЕНДЕРНОМ АСПЕКТЕ

Компьютерная техника, новые информационные технологии, Интернет на сегодняшний момент являются неотъемлемой частью современного общественного устройства. По мнению А.Е. Войскунского [3], Интернет – это не только и не столько взаимосвязанные компьютеры и компьютерные се-

ти, сколько взаимосвязанные и активно действующие в этой среде люди вместе с продуктами их активности – сообщениями, web-страницами, каталогами и архивами данных, навигационными маршрутами, компьютерными вирусами и т.п. В сети формируется специфическая форма культуры – Интернет-культура (*E-culture*). Вызванный стремительным развитием Интернета «культурный шок» повсеместно сравнивается с потрясениями основ культуры, сопровождавшими изобретение и развитие сначала письменности, а впоследствии книгопечатания и, наконец, телевидения. В силу глобализации всего мирового сообщества наше общение становится все более и более виртуальным, дистантным, опосредованным. Влияние компьютерной техники и Интернета на общество в целом и личность в частности настолько глобально и масштабно, что речь идет уже не только о появлении специфической коммуникационной среды, но и о возникновении виртуальной языковой личности [34].

Интернет представляет собой новую ступень в развитии средств массовой информации и коммуникации (СМИиК). Для обозначения коммуникации посредством компьютерной техники используются следующие термины: в англоязычной литературе – *СМС* (*computer-mediated communication*), в немецкоязычной литературе – *СVK* (*computervermittelte Kommunikation*), в русскоязычных источниках – *КОК* (*компьютерно-опосредованная коммуникация*), *ООК* (*общение, опосредованное компьютером*), *электронная / компьютерная / виртуальная / сетевая коммуникация, компьютерный / электронный дискурс*.

Традиционно выделяют следующие типы виртуальной межличностной коммуникации:

- 1) диалоговая: онлайн и оффлайн (ICQ, электронная почта);
- 2) полилоговая: онлайн и оффлайн (конференции / новостные группы / форумы и чаты).

В научной литературе, начиная с 90-х гг. XX века, наблюдается интерес исследователей к тому влиянию, которое компьютерная сеть Интернет оказывает на различные языки. Обращает на себя внимание наличие разнообразных терминов для обозначения языковой разновидности в эпоху электронной коммуникации. Сначала появился термин *computerspeak* [50]. Позднее в западной лингвистике стали использоваться термины *cyberlanguage*, *e-language*, *e-talk*, *wired-style*, *geekspeak*, *netspeak*, *netlingo*, *Internet language*, *weblish* [34; 49; 5–9]. В немецкой лингвистической литературе для обозначения этого понятия встречаются термины *Usertalk* [35], *Cyberdeutsch* [31], *Cyberslang* [29], *Websprache* [44]. В русскоязычных источниках используются термины *язык средств электронной коммуникации*, *язык Интернета*, *киберязык* [28], *язык пользователей Интернета* [23–26].

Под языком средств электронной коммуникации в широком смысле понимается, прежде всего, язык Интернета и других глобальных электронных сетей, «... а также язык текстовых сообщений, передаваемых посред-

ством других коммуникационных платформ: службы сообщения мобильных телефонов... язык сообщений по телексу, по системам межбанковских коммуникаций... и сообщений на базе некоторых других технических систем специального применения» [12: 791].

По мнению Л.Ю. Иванова [11; 12], язык, обслуживающий электронные средства коммуникации, можно считать новой функциональной разновидностью в силу следующих причин. Во-первых, сфера функционирования этого подъязыка четко отграничена от других сфер коммуникации, так как она осуществляется при помощи технических электронных средств и является всегда опосредованной ими. Во-вторых, этот подъязык служит удовлетворению специфических коммуникативных целей (например, фатической цели, т.е. общения ради общения). В-третьих, этот подъязык «инициировал» возникновение новой системы мультимедийных жанров и жанровых форматов. В-четвертых, языковые средства этой функциональной разновидности языка характеризуются определенным набором уникальных (или практически уникальных) лексических и грамматических характеристик, которые легко выделены, формализуемы и образуют единый прагматический комплекс [12: 791].

Возникает вопрос, до какой степени компьютер меняет характер человеческого взаимодействия и до какой степени участники компьютерной коммуникации переносят свои существующие представления о поведении (в первую очередь, языковом) на новый носитель.

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

Электронная коммуникация изучается социологами, психологами, лингвистами, исходя из следующих параметров: (а) по признаку масштабности (массовая, групповая и внутриличностная); (б) по признаку времени (краткая и неограниченная во времени, синхронная и асинхронная); (в) по форме (письменная (текстовая и графическая) и устная (при наличии звукового модема)); (г) по каналу передачи (актуальная, виртуальная); (д) по способу контакта (всегда опосредованная) [6].

В данной статье мне хотелось бы обратиться к гендерному аспекту электронной коммуникации и выяснить, влияет ли виртуальность общения на языковое поведение коммуникантов. Как известно, в «реальной» жизни стили говорения мужчин и женщин настолько различны, что нередко межгендерная (cross-gender) коммуникация приравнивается к межкультурной (cross-cultural) [37]: женщины и мужчины действуют в соответствии с существующими в обществе стереотипами гендерного поведения и говорят на «гендерлекте», соответствующем социальному (точнее социально-культурному) полу.

Изначально Интернет являлся средой мужского общения, и женщины были редкими гостями в виртуальном пространстве, но постепенно стала идти речь о превращении *Cyberspace* в *Wyberspace* [33].

В подтверждение активности женщин в Интернете приведем статистику пользователей Интернета в Германии. По данным на 2007 год [46], большинство пользователей Интернета по-прежнему являются мужчинами: 53,5% мужчин и 46,5% женщин. Доля пользователей Интернета в обществе постоянно растет: уже 67,1% мужчин и 53,8 % женщин имеют доступ во всемирную сеть, при этом разница между пользователями-мужчинами и пользователями-женщинами составляет 13,3% (это минимальная величина с 2001 года).

Основными вопросами при изучении гендерных особенностей электронной коммуникации являются следующие.

- Как ведут себя мужчины и женщины в пространстве, где изначально коммуникантам неизвестны пол, возраст, образование, социальный класс, культурные и этнические особенности собеседника?
- Строится ли коммуникация по-новому или скрыть гендерные особенности личности невозможно?

Проблема гендерных особенностей англоязычного электронного дискурса разрабатывается уже больше 10 лет (см. библиографию в работах [5–9]). Немецкоязычная электронная коммуникация пока не является всесторонне изученной в гендерном аспекте [30; 32; 33; 36; 41; 42; 43; 45]. Работы по изучению гендерной составляющей русскоязычного Интернета также появились только в последнее время [5–9; 10; 16; 27]. Следует отметить, что с гендерной точки зрения в большей степени изучены психологические и социологические особенности электронного общения [1; 2; 18; 19; 20], лингвистическая сторона остается менее исследованной.

Среди русскоязычных источников стоит особо отметить работы Е.И. Горошко [5–9], посвященные исследованию гендерного фактора в электронной коммуникации. Автор обращается к этой теме, так как гендерная составляющая является достаточно значимой в структуре любой языковой личности. Некоторые ученые, например О.Л. Каменская, даже говорят о языковой личности мужчины и языковой личности женщины [13: 18]. По мнению А.В. Кирилиной, на сегодняшний момент «... речь идет уже не о том, как пол влияет на коммуникативное поведение и использование языка, а о том, какими средствами располагает язык для конструирования гендерной идентичности, в каких коммуникативных ситуациях и типах дискурса и с какой интенсивностью совершается конструирование, какие экстра- и интралингвистические факторы воздействуют на этот процесс» [15: 9].

Е.И. Горошко отмечает, что аудитория Интернета очень пестра по своему расовому, возрастному, образовательному и любому иному признаку и именно в этой мультинациональной, мультиглобальной среде может быть всесторонне «проявлена» глубина гендерного дисплея, а также «прочувст-

вована» связь гендерного параметра с другими социальными и психофизиологическими составляющими личности пользователя Интернета. Кроме того, электронная коммуникация является одной из разновидностей (форм) массовой коммуникации, а именно в массовой коммуникации наиболее очевидна та или иная акцентуация и динамика гендерного параметра и связанных с ним гендерных стереотипов [6].

В плане изучения гендерных особенностей электронной коммуникации наиболее исследованными являются вербальное поведение в чатах и конференциях, в том числе конструирование виртуальной гендерной идентичности, а также тексты электронной почты.

Исследование гендерного аспекта электронной коммуникации подразделяется на несколько этапов [5–9].

1-й этап (конец 80-х – начало 90-х гг. прошлого века) может быть определен как *гендерно-нейтральный*. В это время считается, что анонимность и демократичность электронной среды будет способствовать стиранию гендерных и иных различий. Следует отметить, что в то время Интернет был преимущественно мужским, однако примерно с середины 90-х гг. женщины начинают всё более активно пользоваться сетью, и становится очевидным, что эта среда отнюдь не гендерно-нейтральна, как предполагалось изначально.

2-й этап (середина 90-х гг.): появляется все больше и больше исследований, посвященных изучению гендерного фактора в сети. Изучаются вопросы, связанные с доступностью сетевых ресурсов, социально-демографическая специфика Интернет-аудитории, различия в структуре мужских и женских интересов при использовании Интернетом, представленность мужских и женских сетевых образов, гендерные различия в структуре Интернет-активности, педагогические проблемы обучения посредством Интернет-технологий и прочее (см. подробно [17]). Все большее внимание уделяется гендерным особенностям сетевого общения.

3-й этап (начало XXI века): с пониманием всей сложности феномена гендера для его изучения в электронном общении начинает использоваться новая методология и разрабатываются несколько иные концептуальные подходы, что, в целом, характерно для всей гендерной парадигмы в социальных науках (в том числе и в области теории коммуникации и лингвистики). В настоящее время для изучения гендерного аспекта в электронной коммуникации используются следующие подходы: дискурсивный, этнометодологический, перформативный подходы, а также подходы в рамках речевого анализа, теории коммуникативной или речевой аккомодации, теории речевого сообщества. В этой связи стоит отметить работы, касающиеся изучения виртуальной гендерной идентичности, а также наработки в области дистанционного образования, непосредственно изучающие как гендерную составляющую электронной коммуникации, так и воздействие форматов (способов) образования (дистанционное/очное). Эти исследова-

ния особенно актуальны при разработке оптимальных обучающих моделей дистанционного обучения с учетом гендерной компоненты [7; 9].

Далее мне хотелось бы привести результаты некоторых исследований в области изучения гендерного компонента электронной коммуникации.

Одной из первых русскоязычных работ в этой сфере является *психологическое исследование* половых различий при работе с Интернетом на примере российских пользователей, проведенное О.Н. Арестовой и А.Е. Войскунским [1]. Авторы выявили заметные различия в мотивации женщин и мужчин-пользователей Интернета. Среди мотивов деятельности в Интернете женщины чаще, чем мужчины, отмечают мотив интеллектуальной и творческой самореализации, мотив рекреации, мотив преодоления коммуникативного дефицита. Менее ярко, чем у мужчин, выражена мотивация самоутверждения и аффилиации. Мотивация женщин имеет сильный компенсационный коммуникативный компонент. Для женщин в Интернете интересны импровизация и игра, получение новых знаний и личностный рост, возможности которого предоставляются Интернетом. По сравнению с мужчинами женщины проявляют более позитивное отношение к общению в Интернете, они более терпимы к назойливым и необязательным контактам, возникающим в Интернете.

О.Н. Арестова и А.Е. Войскунский выделяют два «типа» женщин-пользователей Интернета. К первому типу принадлежат женщины, для которых основной сферой интересов в Интернете является бизнес. Они демонстрируют несколько феминистские позиции, озабоченность проблемами равенства мужчины и женщины. По их мнению, пол не является существенным фактором, влияющим на взаимодействие с информационными технологиями, Интернет является средой общения «на равных», нивелирует внешние, социальные, половые и возрастные различия. К противоположному типу относятся женщины, основной сферой своей деятельности считающие семью и воспитание детей. Интернет при этом рассматривается как удобная возможность «быть в курсе жизни», «отвлечься от домашних дел», «сочетать работу с комфортом». Для этой группы пользователей характерно иное отношение к проблеме половой принадлежности пользователя Интернета. Они считают, что общение строится по-разному в зависимости от пола партнера. Поэтому при работе в Интернете они информируют своих партнеров о том, что являются женщинами. При этом ожидается, что партнер проявит более внимательное, чуткое, вежливое отношение к ним.

О.Н. Арестова и А.Е. Войскунский отмечают различия не только в мотивации пользователей Интернета, но и в стиле говорения о компьютерной технике: мужчины проявляют склонность к сильной персонификации и анимизации компьютеров, а женщины склонны к увеличению доли механикоподобных, неодушевленных характеристик компьютеров [1].

При изучении гендерных особенностей электронной коммуникации с лингвистической точки зрения были получены интересные результаты.

Так, С. Херинг при изучении дискурсивных особенностей на материале научных Интернет-конференций установила, что длина мужских сообщений в целом больше, их количество также больше. Мужчины чаще используют оскорбления, сленг, утвердительные заявления, средства саморекламы, иронии и сарказма, задают меньше вопросов, и «высказывают меньше электронных извинений». Для мужской электронной коммуникации более характерна и ситуация «флейма», т.е. рассылки грубых и оскорбительных сообщений. Женскому электронному поведению свойственен же так называемый модус вежливости. Женщины произносят больше извинений, благодарностей, реже перебивают друг друга и пр. С. Херринг утверждает, что мужской стиль может быть охарактеризован как стиль *коммуникативного соперничества*, а женский – *коммуникативного сотрудничества* (цит. по [6]). С. Херринг также установила, что гендерные различия в электронной коммуникации напрямую связаны с временным фактором, а именно с синхронностью/асинхронностью передачи информации. Синхронность электронного общения нивелирует гендерные различия, в то время как в спонтанной устной речи в обычном дискурсе гендерные различия проявляются контрастнее [5; 38].

В работе Л.Ф. Компанцевой на примере русскоязычных чатов показано, что именно женской коммуникации присущи эмпатия и скрытый комплимент. Женщины в чатах гораздо чаще используют тактику слежения (включенного скрытого наблюдения), обозначаемого в английском языке глаголом «to lurk». Автор отмечает, что женщины и мужчины отрабатывают в Интернете модели поведения, которые им не свойственны, но были бы желательны в реальной жизни. Неуверенность в себе, неудовлетворенность собой, заниженная самооценка, желание вырваться из экзистенциального и социального вакуума – вот те причины, которые служат основой формирования нового Интернет-образа и Интернет-поведения [16].

К. Боргманн провела исследование особенностей языкового поведения женщин в новостных группах. По данным немецких исследователей, в «реальной» жизни языковое поведение женщин имеет следующие особенности: женщины задают много вопросов, в том числе риторических и уточняющих, формулируют свои мысли осторожно, вместо конкретных фактов и аргументов используют косвенные указания; женский стиль говорения отличается гиперкорректностью и отсутствием чувства юмора, а также пассивностью и вербальной неагрессивностью [33].

Для электронной коммуникации, по данным К. Боргманн, характерны следующие особенности (см. таблицу). Приведенные данные подтверждают мнение о том, что гендер, несомненно, является важной категорией при виртуальном общении, однако коммуникативное поведение в сети не настолько сильно отличается от внесетевой реальности, как предполагалось изначально: мужчины и женщины все равно действуют в соответствии с привычными гендерными сценариями поведения.

Таблица

Мужчины	Женщины
<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ формулируют больше сообщений большей длины;</li> <li>▪ используют Интернет, прежде всего, для получения информации и самопрезентации;</li> <li>▪ ведут проблемно-ориентированные дискуссии на профессиональные темы, при этом стремятся показать свое превосходство;</li> <li>▪ требуют, провоцируют, противостоят более открыто;</li> <li>▪ высказывают утверждения, обоснованные вескими аргументами;</li> <li>▪ нетерпимо относятся к критике.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ формулируют меньше сообщений меньшей длины;</li> <li>▪ используют Интернет, прежде всего, для установления контактов;</li> <li>▪ участвуют в персонально-ориентированных дискуссиях на личные темы, при этом проявляют больший интерес к проблемам собеседника и эмпатию;</li> <li>▪ формулируют высказывания более осторожно и мягко, выражают больше сомнений;</li> <li>▪ задают вопросы;</li> <li>▪ извиняются и оправдываются чаще.</li> </ul>

Этот факт подтверждают и исследования такого феномена, как «gender switching» / «gender swapping» / «cross-dressing», т.е. преднамеренная «смена пола» при компьютерном общении (например, в чатах). Специфические коммуникативные условия виртуального общения (прежде всего в чате) позволяют достаточно свободно представлять самого себя и воспринимать своего собеседника, ведь в виртуальных социумах людей как таковых нет, скорее следует говорить о виртуальных образах, созданных реальными людьми. В силу изначальной анонимности и невидимости, являющихся следствием отсутствия визуального ряда в сетевых коммуникациях, человек обычно творит себе виртуальный образ сообразно своим желаниям и возможностям [21]. М. Байсвенгер пишет, что специфическая привлекательность чата состоит именно в возможности экспериментирования с собственной идентичностью [32]. Ш. Тёркл обозначает виртуальное пространство как «Identity workshop»: это мастерская, позволяющая по-новому взглянуть на традиционное понимание идентичности как постоянного фактора и осознать мобильность и многообразие этой категории [48].

Для уточнения гендерной идентичности и половой ориентации виртуальной личности существуют специальные аббревиатуры «Morf» (= male or female) или «Sorg» (= straight or gay). «Неопределенная» половая идентичность часто является достаточно сильным коммуникативным барьером в электронной коммуникации и приводит к ее сбоям.

По данным некоторых исследований, мужчины более склонны к «смене пола» в виртуальном пространстве, чем женщины. Выбор женского виртуального пола позволяет им выразить скрываемые в реальной жизни женские черты характера. За счет выбора однозначно женского псевдонима они хотят привлечь к себе внимание окружающих и прочувствовать на себе отношение мужчины к женщине [47; 43].



В работе М. Хиллс затрагиваются вопросы, в состоянии ли мужчина или женщина скрыть или изменить свою гендерную идентичность и что происходит с речью при инсценировании гендерной роли в чате. Было установлено, что, пытаясь воспроизвести идентичность противоположного гендера, испытуемые преувеличивали и сознательно выпячивали те черты, которые, по их мнению, свидетельствовали об этом. В основном это касалось выбора в предпочтении темы беседы и пропорции использования средств «вежливой» лексики [39].

Особого внимания заслуживает тема конструирования псевдонимов (никнов) в чатах, виртуальных играх и электронных конференциях. Стоит отметить, что, как правило, и мужчины, и женщины охотнее участвуют в электронной коммуникации не под реальными именами, а под псевдонимами, что дает им возможность чувствовать большую социальную независимость и вести себя более раскованно [40]. М. Байсвенгер называет людей, общающихся в чатах, «коммуникативными актерами», которые надевают на себя «языковые костюмы» [32]. Выбор того или иного псевдонима – это выбор роли, маски, гарантирующей анонимность общения.

В статье «Карнавальная составляющая как один из факторов коммуникативного феномена чатов» [21] чат сравнивается с карнавальным действием: чат – это карнавал, это отрицание реальной жизни, реальных статусов, общепринятых норм общения, это игра условностей и условных персонажей. «Карнавальное» общение базируется на разнообразнейших мистификациях, театральности, инсценировании реальных и нереальных ситуаций, ироничности и юморе, оно почти предельно насыщено шутками, остротами, каламбурами, игрой слов. И смена реального имени на карнавальное при общении в чате призвана фиксировать выход из реального и примыкание к некоторому виртуальному социуму.

Вот некоторые примеры псевдонимов, встречающихся в одном из немецкоязычных чатов: Arielle, Baghira, Beautylove, Cicero, Discogirl, Einsamer, FixundFoxi, Frankenstein, Grinsekatz, Hausdrache, KleinerPrinz, Ladyslover, Luckyone, Nachtfée, Psychator, sexyMike, Zombie [32]. Здесь приведены псевдонимы с ярко выраженной половой принадлежностью, но иногда коммуниканты сознательно выбирают гендерно-нейтральные ники, выполняющие функцию своеобразного камуфляжа (например, Dreihörnchen, FixundFoxi, inkognito, Auge, MEATLOAF, РОЕМ).

Наряду с возможностью «маскирования», ники выполняют и другую коммуникативную функцию: они служат средством установления контакта, своеобразной визитной карточкой при входе в виртуальное пространство чата; они призваны привлечь потенциальных коммуникативных партнеров, при этом оригинальность и креативность играют немаловажную роль, повышая шансы быть замеченным среди множества коммуникантов.

Данные Л.Ф. Компанцевой по русскоязычному Интернету показали, что гендерные особенности в выборе псевдонимов зависят от их соответствия ролевым установкам. Женские ники в большей степени демонстрируют

большую степень рефлексивности, сложные субъектно-модальные отношения с миром; мужские – психологическую и языковую игру, апелляцию к женской эмоциональности [16].

Т.Н. Захарова на материале немецкоязычных чатов установила, что проявление гендерного аспекта зависит от возраста аудитории, типа чата и непосредственной коммуникативной цели, стоящей перед его участниками. Для выражения гендерного аспекта в псевдонимах используются разнообразные лексические, семантические и грамматические средства (референтные имена, апеллирующие к реальным именам участников чата, уменьшительные суффиксы мужского и женского рода, существительные мужского или женского рода, эксплицирующие концепты феминности или маскулинности). При этом псевдонимы с ярко выраженным гендерным компонентом встречаются чаще, чем со скрытым или слабо выраженным [10].

Таким образом, многочисленные исследования гендерного аспекта электронной коммуникации показали, что многие установленные особенности мужского и женского вербального поведения нашли свое подтверждение и в электронном общении. При общении в Интернете женщины занимают соглашательскую и подчиненную роль. Мужчины же доминируют в этом общении и более часто являются инициаторами новых тем для обсуждения. При этом, как и при обычном общении, женское речевое поведение более эмоционально, только для выражения эмоций в виртуальном пространстве используются иные средства: эмограммы, акронимы, инфлективы, оноματοпозитизмы, игра с цветом, размером и количеством букв и знаков пунктуации. Однако при изучении этой среды были выявлены и новые «гендерные» факты: в отличие от обычной среды на проявление гендерного параметра в электронном общении сильно влияет формат (жанр) общения (электронная почта, чат, конференция и т.д.), режимы оффлайн или онлайн, направленность, и прочее [6]. Стоит отметить, что проявление гендерных особенностей связано не только с отправителем сообщений, но также и с их адресатом. Наиболее контрастно гендерные различия проявляются, когда отправитель и адресат имеют противоположные гендеры [51].

#### СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Арестова О.Н., Войскунский А.Е. Исследование половых различий при работе с Интернетом на примере российских пользователей. – 1999. <<http://www.follow.ru/article/111>> (07.03.2009).
2. Архипова Л.В. Образ женщины в виртуальной реальности // Российская сеть информационного общества. – 2003. <<http://www.isn.ru/info/seminar-doc/gender.doc> (07.03.2009).
3. Войскунский А.Е. Интернет – новая область исследований в психологической науке // Ученые записки кафедры общей психологии МГУ.– М.: Смысл, 2002. – Вып. 1. – С.82–101.

4. Галичкина Е.Н. Специфика компьютерного дискурса на английском и русском языках (на материале жанра компьютерных конференций): Автореф. дис. ... канд. филол. наук. – Волгоград, 2001. – 19 с.
5. Горошко Е.И. Особенности мужского и женского вербального поведения (психолингвистический анализ): Дис. ... канд. филол. наук. – М., 1996. – 138 с.
6. Горошко Е.И. Гендерные особенности русскоязычного Интернета // Наукові записки Луганського національного університету. – Вип.5. – Т.3. – Серія «Філологічні науки»: Зб. наук. праць [Полі етнічне середовище: культура, політика, освіта]/ Луган. Нац. Пед. Ун-т ім. Тараса Шевченка. – Луганськ: Альма-матер, 2004 < <http://www.textology.ru/article.aspx?aId=84>> (07.03.2009).
7. Горошко Е.И. Электронная коммуникация (гендерный анализ) // Общение, языковое сознание и межкультурная коммуникация. – М.: Институт языкознания РАН, 2005 < <http://www.textology.ru/article.aspx?aId=42>> (07.03.2009).
8. Горошко Е.И. Языковое сознание: гендерная парадигма. <<http://www.textology.ru/article.aspx?aId=43>> (07.03.2009).
9. Горошко Е.И. Интернет-коммуникации в гендерном измерении // Вестник пермского университета. – Вып. 3 «Язык – культура – цивилизация». – Пермь, 2006. – С.219–229 < <http://www.textology.ru/article.aspx?aId=88>> (07.03.2009).
10. Захарова Т.Н. Псевдонимы и их роль в процессе коммуникации в Интернет – чатах // Доклады Второй Международной конференции «Гендер: Язык, Культура, Коммуникация» – М., 2001. – С. 130–136.
11. Иванов Л.Ю. Язык интернета: заметки лингвиста // Словарь и культура русской речи / Под ред. Н.Ю. Шведовой, В.Г. Костомарова. – М.: Индрик, 2001. – С. 131–148.
12. Иванов Л.Ю. Культура русской речи. Энциклопедический словарь-справочник. – М.: Флинта – Наука, 2003. – 840 с.
13. Каменская О.Л. Гендергетика – наука будущего // Гендер как интрига познания. – М.: Рудомино, 2002. – С. 13–19.
14. Кирилина А. В. Проблемы гендерного подхода в изучении межкультурной коммуникации // Гендер как интрига познания. – М.: Рудомино, 2002. – С.20–27.
15. Кирилина А.В. Исследование гендера в лингвистических научных дисциплинах // Гендерные образования в системе высшей и средней школы: состояние и перспективы: Мат-лы междунаод. науч. конф., Иваново, 24–25 июня 2003 г. – Иваново, 2003. – С. 132–138.
16. Компанцева Л.Ф. Гендерные основы Интернет–коммуникации в постсоветском пространстве. – Луганск: Альма-матер, 2004. – 404 с.
17. Митина О.В., Войскунский А.Е. Интернет в гендерном измерении // Введение в гендерные исследования / Под общ. ред. И.В. Костиковой. – М.: Аспект-Пресс, 2005. – С. 204–216.
18. Морган К., Морган М. Половые различия в применении технологий // Гуманитарные исследования в Интернете. – М.: Владос, 2001. – С. 267–289.
19. Мышенкова Е.С. Гендерные и возрастные аспекты использования Интернета: Курсовая работа. – Минск, 2000. <[http://flogiston.ru/articles/social/int\\_gender](http://flogiston.ru/articles/social/int_gender)> (07.03.2009).
20. Мышенкова Е.С. Гендерный аспект коммуникации в Интернет-среде: Дипломная работа. – Минск, 2002.

- <[http://www.portalus.ru/modules/psychology/rus\\_readme.php?subaction=showfull&id=1106584455&archive=01&start\\_from=&ucat=15](http://www.portalus.ru/modules/psychology/rus_readme.php?subaction=showfull&id=1106584455&archive=01&start_from=&ucat=15)> (07.03.2009).
21. Нестеров В., Нестерова Е. Карнавальная составляющая как один из факторов коммуникативного феномена чатов. – 1999.  
<<http://flogiston.ru/articles/netpsy/nesterov>> (07.03.2009).
  22. Нестеров В. К вопросу об эмоциональной насыщенности межличностных коммуникаций в Интернете. – 1999.  
<<http://flogiston.ru/articles/netpsy/netemotions>> (07.03.2009).
  23. Палкова А.В. Лексический ресурс носителей немецкого языка – пользователей Интернет: Автореф. дис. ... канд. филол. наук. – М., 2005. – 22 с.
  24. Палкова А.В. Лексический ресурс носителей немецкого языка – пользователей Интернет: Дис. ... канд. филол. наук. – М., 2005. – 204 с.
  25. Палкова А.В. Особенности лексического ресурса носителей немецкого языка – пользователей Интернета // Слово в динамике: Сб. науч. тр.– Тверь: Твер. гос. ун-т, 2005. – Вып. 4. – С.85–94.
  26. Палкова А.В. Интернет как фактор, стимулирующий изменения в современном обществе и языке // Вестник Тверского государственного университета. – Серия «Филология». – Вып. 5 «Лингвистика и межкультурная коммуникация». – Тверь, 2006. – С.184–192.
  27. Соколинская Е.Г. Сравнительный анализ электронного дискурса синхронной и асинхронной коммуникации в аспекте гендерной репрезентации (на материале русскоязычных чатов и русской секции LIVEJOURNAL). – 2004.  
<[http://linguistics.kava.kiev.ua/seminar/2005/03/07/seminar\\_5\\_aspekti\\_el\\_39.html](http://linguistics.kava.kiev.ua/seminar/2005/03/07/seminar_5_aspekti_el_39.html)> (07.03.2009).
  28. Хребтова И.А. Когнитивно-прагматические особенности языка средств электронной коммуникации: Дис. ... канд. филол. наук. – Калининград, 2002. – 399 с.
  29. Abel, J. Cybersl@ng. Die Sprache des Internet von A bis Z. – München, 1999. – 115 S.
  30. Althans, B., Ferrin, N. Spielraume des Geschlechtlichen – Sex und Gender im Internet // Fromme, J., Sesink, W. (Hrsg.). Pädagogische Medientheorie. – VS Verlag für Sozialwissenschaften, 2008. – S. 129–149.  
<<http://www.springerlink.com/content/ngu31h4707010883/>> (07.03.2009).
  31. Bär, J.A. Deutsch im Jahr 2000. Eine sprachhistorische Standortbestimmung // Thema Deutsch. Band 1. Die deutsche Sprache zur Jahrtausendwende. Sprachkultur oder Sprachverfall?–Dudenverlag: Mannheim, Leipzig, Wien, etc., 2000.–S.9–34.
  32. Beißwenger, M. Das Knistern zwischen den Zeilen. Inszenierungspotenziale in der schriftbasierten Chat-Kommunikation // Modemfieber: Symposium zum Liebesdiskurs in Mail-, SMS, Chat- und MUD-Kommunikation. 18.-21. Juli 2002. – 2002.  
<<http://www.brown.edu/Research/dichtung-digital/2002/modemfieber/beisswenger.htm>> (07.03.2009).
  33. Borgmann, K. Laienberatung im Internet : Untersuchung geschlechtstypischer Kommunikationsstrukturen in einer Newsgroup. Diplomarbeit am Psychologischen Institut der Albert-Ludwigs-Universität zu Freiburg im Breisgau. – 2001.  
<<http://www.freidok.uni-freiburg.de/volltexte/399/>> (07.03.2009).
  34. Crystal, D. Language and the Internet. – Cambridge, 2001. – 282 p.

35. Diem, Ch., Groumas, H., Jeske, K. Usertalk – Beobachtungen und Überlegungen zu einer Sprache über den Computer // Muttersprache.–1997.– № 2.– S. 149–167.
36. Gender Studies // Wikipedia. – 2008.  
<[http://de.wikipedia.org/wiki/Gender\\_Studies](http://de.wikipedia.org/wiki/Gender_Studies)> (07.03.2009).
37. Githens, S. Gender Styles in Computer Mediated Communication (CMC). – Georgetown University. – 1996.  
<<http://www9.georgetown.edu/faculty/bassr/githens/covr511.htm>> (07.03.2009).
38. Herring, S. Gender Differences in CMC: Findings and Implications // CPSR Newsletter. – 2000. – Vol. 18. – №1. – Pp. 32–45.
39. Hills, M. You Are What You Type: Language and Gender Deception on the Internet. Bachelor of Arts with Honours Thesis. – Otago, 2000.
40. Jaffe, M.J., Lee, Y.E., Oshagan, L.H. Gender, Pseudonyms and CMC: Masking Identities and Barring Souls. – 1999.  
<<http://research.haifa.ac.il/%7Ejmfaffe/genderpseudocmc/>> (07.03.2009).
41. Kalaiah, A. Gibt es geschlechtsspezifische Unterschiede bei den digitalen Kommunikationsformen? Bachelorarbeit. Ruhr-Universität Bochum (Germanistisches Institut).–2007. <<http://www.diplomarbeiten24.de/faecher/vorschau/79085.html>> (07.03.2009)
42. Mair, N., Poettering, M., Specker, A. Sprache & Kommunikation im Internet. – 2005.  
<[http://www.uibk.ac.at/psychologie/mitarbeiter/leidlmair/seminararbeit\\_sprache\\_und\\_kommunikation\\_im\\_internet.pdf](http://www.uibk.ac.at/psychologie/mitarbeiter/leidlmair/seminararbeit_sprache_und_kommunikation_im_internet.pdf)> (07.03.2009).
43. Oberg, J.C. Der Cyberspace und die Ordnung der Geschlechter. Virtuelles Gender-Swapping im Internet. – 1997.  
<http://www-user.uni-bremen.de/~jcoberg/gendercyb.html> (07.03.2009)
44. Schlobinski, P. Anglizismen im Internet // Stickel, G. (Hg.). Neues und Fremdes im deutschen Wortschatz. Aktueller lexikalischer Wandel. – IdS. Jahrbuch 2000. – S. 239–257.
45. Selzam, B., Beißwenger, M. Statistische Auswertungen mit STACCADo (2): Chatter-Profile // Dortmunder Chat-Korpus. – 2007.  
<<http://www.chatkorpus.uni-dortmund.de/>> (07.03.2009).
46. Sonderauswertung Gender & Diversity des (N)ONLINER Atlas 2007. Internetnutzung von Frauen und Männern in Deutschland 2007. – September 2007.  
<[www.nonliner-atlas.de](http://www.nonliner-atlas.de)> (07.03.2009).
47. Suler, J. Do Boys Just Wanna Fun? Male Gender-Switching in Cyberspace (and how to detect it). – Rider University – Psychology of Cyberspace, 1996.  
<<http://www-usr.rider.edu/~suler/psycyber/genderswap.html>> (07.03.2009).
48. Turkle, Sh. Identität in virtueller Realität // Bollmann, S., Heibach, Ch. (Hrsg.). Kursbuch Internet. Anschlüsse an Wirtschaft, Politik, Wissenschaft und Kultur. – Mannheim: Bollmann, 1996. – S. 315–331
49. Thurlow, C. The Internet and Language // Mesthrie, R., Asher, R. (Eds). Concise Encyclopedia of Sociolinguistics. – London: Pergamon, 2001. – Pp. 287–289.
50. Williams, N. Computerspeak: The Language of New Technology // Williams, N., Hartley, P. (Eds.) Technology in Human Communication. – London; New York, 1990. – Pp. 135–145.
51. Zazie, T., Colley, A. Gender-Linked Differences in the Style and Content of E-mails to Friends // Journal of Language and Social Psychology. – 2002. – Vol. 21. – № 4. – Pp. 380–392.