

УДК 811

DOI 10.47388/2072-3490/lunn2023-64-4-99-116

АКТУАЛИЗАЦИЯ ГЕНДЕРА В МЕДИЙНОМ ДИСКУРСЕ (на примере ток-шоу «Мужское / Женское»)

Л. В. Копоть

Адыгейский государственный университет, Майкоп, Россия

Предпринята попытка определить дискурсивные гендерно маркированные характеристики медийного дискурса на примере медиатекстов ток-шоу «Мужское / Женское». Проанализированы понятия медийного дискурса, гендера, маскулинности / фемининности, андрогинии; исследованы речевые особенности ведущих и гостей программы. Применялся метод дискурс-анализа, лингвосомиотический метод. Проведенное исследование позволяет утверждать, что медиадискурс, привлекая внимание к гендерным проблемам, активно эксплуатирует и популяризирует сформированные в социуме гендерные стереотипы, зачастую подвергающиеся трансформации, способствующие созданию новых стереотипов и их внедрению в массовое сознание посредством разнообразных СМИ. **Ключевые слова:** медийный дискурс; гендер; маскулинность; фемининность; андрогиния; гендерная маркированность; жанр ток-шоу.

Цитирование: Копоть Л. В. Актуализация гендера в медийном дискурсе (на примере ток-шоу «Мужское / Женское») // Вестник Нижегородского государственного лингвистического университета им. Н. А. Добролюбова. 2023. Вып. 4 (64). С. 99–116. DOI: 10.47388/2072-3490/lunn2023-64-4-99-116.

Gender Actualization in Media Discourse (The Case Study of *Male vs. Female* Talk Show)

Lilia V. Kopot

Adygea State University, Maykop, Russia

The article deals with media discourse as a marker of dynamic socio-economic and political changes and gender issues in contemporary society. The paper portrays verbal and non-verbal discursive features of gender as exemplified in the talk show “*Male vs. Female*” presented on Channel 1 (Russia) and utilizes the methodology of lingua-cultural, lingua-semiotic, and discourse analysis. The research has revealed that panelists frequently violate traditional gender rules of behavior while trying to prove their viewpoints. The analysis shows a shift of axiological dominants in the community, presence of manipulative linguistic features of media discourse, verbal aggression of both male and female panelists, and the TV hosts evincing androgynous behavior patterns. The study has pointed out some specific discursive features of gender, namely, its graduality, evaluativity in communicative strategies of the panelists, gender-marked vocabulary used in the talk show, its structure, topics, axiological issues, chronotope, concepts, as well as discursive formulas of the genre. The talk show format represents panelists in scandal-provoking situations failing to promote successful communication which demonstrates the

tendency to form new gender behavioral patterns. The study creates a helpful foundation for further investigation of all kinds of discursive gender models including gender in the Russian lingua-culture.

Key words: media discourse; gender; masculinity; femininity; androgyny; gender markedness; talk show genre.

Citation: Kopot, Lilia V. (2023). Gender Actualization in Media Discourse (the Case Study of *Male vs. Female Talk Show*). *LUNN Bulletin*, 4 (64), 99–116. DOI: 10.47388/2072-3490/lunn2023-64-4-99-116.

1. Введение

В современном обществе СМИ являются не только источником информации, но и инструментом воздействия на мировоззрение субъектов социума, формирования у людей определенной ценностной картины мира, в том числе и гендерной, что в свою очередь привлекает внимание общественно к медиадискурсу. Дискурсивная репрезентация гендера в институциональной и персональной коммуникации неоднородная и отличается определенной спецификой. В связи с этим весьма актуально исследование репрезентации гендера в медийном дискурсе, позволяющее расширить представление о гендере, его неравномерной репрезентации в разных типах дискурса.

Цель работы заключается в проверке гипотезы относительно актуализации гендера в медиатекстах жанра ток-шоу на примере ток-шоу «Мужское / Женское». Научная новизна обусловлена изучением и описанием дискурсивных характеристик гендера в медиатекстах рассматриваемого жанра, к которому относятся передачи развлекательного характера, передающие информацию об отношениях мужчины и женщины в рамках семейно-бытовой сферы. Предлагаемое исследование отражает языковые особенности достижения гендерной маркированности в медиатекстах, создаваемых мужчинами и женщинами и ориентированных на социально-бытовое знание. Проведенное исследование способствует более глубокому осмыслению понятий гендера и гендерной маркированности дискурса, актуализирующих концептуальное основание гендера в медийном дискурсе.

Теоретическими вопросами дискурса в зарубежном языкознании занимались (Harris 1952; Habermas 1985; Dijk 1998 и др). Проблемы медийного дискурса в отечественной лингвистике исследовали (Дускаева 2012; Карасик 2014, 2017; Желтухина 2016; Клушина 2018; Красикова, Кожемякин 2018 и др).

Медийный дискурс представляет собой «процесс и продукт речевой деятельности» (Добросклонская 2006: 21), в которой происходит «описание и интерпретация процессов формирования и дифференциации смыслов» (Красикова, Кожемякин 2018: 895), а «содержанием коммуникации» становится

ее «речевая интенциональность» (Дускаева 2012: 16). Таким образом, медийный дискурс — специфический тип общения в сфере массовой коммуникации, целью которого является интенциональное воздействие на массовое сознание адресата с целью информирования и формирования определенных ценностей, репрезентируемых в семиотическом пространстве культуры.

В рамках медиадискурса журналисты не просто сообщают информацию, они заостряют внимание на актуальных для общества проблемах, в том числе и гендерного характера. В СМИ отражены проблемы взаимоотношения мужчин и женщин в семье, расширения списка женских профессий, дисбаланса, связанного с воспитанием и образованием ребенка, карьеры, материального достатка, социальной девиации женщин, личной жизни, смены пола ребенка и др. Будучи фрагментом социальной действительности, гендерная тематика свидетельствует об актуальности этого феномена для современного общества. СМИ обладают большими возможностями для изменения представлений, в основе которых лежат сведения об окружающей действительности и информация, основанная на личном опыте, поскольку служат неким зеркалом, отражающим отношения между мужчинами и женщинами на основе моделей и дискурсов, функционирующих в медийном пространстве (Зелова 2017: 175).

Термин «гендер» заимствован из латинского от *genus* ‘грамматический род’ через английское посредство *gender* ‘пол’, который стали применять с тем, чтобы разграничить с лексемой *sex* ‘пол’. В современных научных исследованиях термин «гендер» трактуется неоднозначно. Так, С. А. Ильиных отождествляет понятие «гендер» с биологическим полом, являющимся, по ее мнению, «дифференцирующим фундаментальным признаком», который лежит в основе всей социальной стратификации (Ильиных 2014: 175). С. А. Ушакин применение слова «гендер» считает нецелесообразным, поскольку пол — это продукт культуры и употребление заимствованной лексемы «гендер» служит неким «терминологическим “импортом”», несколько не проясняющим смысл новых понятий (Ушакин 2007: 35). Однако большинство ученых являются противниками такого отождествления, разделяя социальное и биологическое в человеке (Сидорская, Раду 2015: 8; Соколов 2017: 304 и др.).

В зарубежной лингвистике проблемой гендера занимались (Money 1955; Oakley 1991; Günter 1992; Schreder 1994; Скотт 2001; Corbett 2006 и др.).

Впервые термин «гендер» употребляется американским сексологом Д. У. Мани в 1955 году в значении ‘социальный пол’ в исследованиях, касающихся сексуальной идентичности (Money 1955: 253–264). Он считается основателем теории гендерной идентичности. В 1963 году на конгрессе пси-

хоаналитиков в Стокгольме Р. Столлер выступает с докладом, в котором говорит о гендерном самосознании (Stoller 1968).

Американский историк Дж. Скотт применительно к полу разграничивает понятия биологического и социального, отмечая, что гендер — это «социальная категория тела, имеющего свой пол» (Скотт 2001: 410). Э. Оукли, британский социолог, проведя различие между биологическим и социальным в человеке, обращает внимание на гендер, служащий основанием для культурной стратификации (Oakley 1991).

К. С. Шредер указывает на способность медийных текстов воздействовать на формирование стереотипов в обществе, поскольку СМИ нередко трансформируют смысл и подвергают его модификации в зависимости от этнических и гендерных особенностей менталитета в процессе речи. Автор пишет о том, что люди обладают такими социальными характеристиками, как пол, этническая принадлежность, класс, профессия и т. д. Поэтому медиатекст обладает наиболее сильным воздействием, если выводы предлагаются в качестве потенциальных значений или делаются от имени конкретного интерпретирующего сообщества, чей знаковый универсум делает эти значения правдоподобными (Schreder 1994).

Проблемами изучения гендера в отечественном медийном дискурсе занималась А. В. Кирилина, которая на рубеже веков изучила гендерные аспекты массовой коммуникации, в частности функционирование гендерных стереотипов в текстах советской прессы 30-х гг. и российской прессы 90-х гг. Автор приходит к выводу о том, что именно печатные издания играют важную роль в создании массовой гендерной культуры, в СМИ, по ее мнению, «наиболее очевидна та или иная акцентуация гендерных стереотипов» (Кирилина 2000: 47).

В XXI веке традиционные гендерные представления подвергаются некоторой трансформации. Так, Ф. Б. Бешукова, З. Р. Хачмафова, исследуя языковую репрезентацию гендерного стереотипа мужественности на материале российских журнальных текстов, отмечают в начале нового столетия диверсификацию представлений «в традиционных культурных стереотипах о мужчинах и женщинах, что ведет к конфликту гендерных ролей» (Бешукова, Хачмафова 2017: 65–66). Л. П. Канаева, Т. Е. Павликова анализируют факторы, влияющие на формирование представлений о поведении мужчины и женщины в современном обществе, указывая на изменение фемининности / маскулинности. Авторы в результате анкетирования приходят к выводу о преобладании андрогинных черт в поведении современной молодежи, причем андрогинные характеристики позволяют представителям женского пола более успешно адаптироваться к изменяющимся социальным

условиям. Кроме того, в результате опроса выявлен тот факт, что традиционные гендерные стереотипы относительно распределения семейных обязанностей, карьерного роста в современном обществе постепенно изменяются (Канаева, Павликова 2018: 102). Усиливается тенденция к трансформации «стереотипов мужественности и женственности в русской лингвокультуре относительно профессионального становления, материального обеспечения семьи, ухода за детьми и их воспитания, степени ответственности, гендерного статуса» (Копоть 2020а: 135), «гендерных предписаний, подвергшихся изменениям со временем» (Копоть 2020б: 45). Ученые отмечают в разных типах дискурса «трансформацию гендерных стереотипов», «возникновение новых гендерных идентичностей, стирание границ маскулинности / фемининности» (Потапова, Коломиец 2022: 94).

Происходит модификация гендерных стереотипов на примере как современной российской рекламы, в которой появляются новые гендерные образы, традиционно несвойственные мужчине или женщине в российском социуме (Терских 2019: 97), так и англо- и немецкоязычной рекламы, репрезентирующей потенциальным потребителям «современные отношения между полами, диктующая определенную модель поведения, подверженную гендерной сегрегации» (Литвяк, Скрипичникова 2022: 98).

Е. С. Гриценко, М. В. Сергеева пишут об определенных трансформациях в новой гендерной идеологии западного типа в XXI веке, отличающейся либеральным подходом применительно к гендеру и гендерным концептам. Авторы обращают внимание на расширение традиционной гендерной оппозиции, что позволит включить поведение лиц, «отклоняющееся от нормативного шаблона» (Гриценко, Сергеева 2020: 24), и выйти «за пределы традиционно понимаемых мужественности и женственности» (Там же: 39). Ученые приходят к выводу о том, что гендер является небинарным конструктом и «фиксируется на уровне дефиниций, иллюстративных контекстов и словарных помет путем включения в словник гендерно нейтральных местоимений и обращений, а также неологизмов, обозначающих нетрадиционные гендерные идентичности» (Там же: 43).

Ученые в XXI веке поднимают проблему гендерного равенства в общении в пространстве медиадискурса, заключающегося в представлениях общества «о социальных ролях женщины и мужчины», а также включении в дискурс женского и мужского жизненного опыта (Капитанова 2015: 197). Однако З. Х. Тедтеева, М. А. Цаликова считают, что гендерные стереотипы, тиражируемые СМИ, «не способны породить в обществе толерантные отношения между полами, утвердить в общественном сознании идею равноправия и равной ответственности перед обществом всех российских граждан вне зависимости от их половой принадлежности» (Тедтеева, Цаликова 2018: 687).

Таким образом, как в современном западном, так и в российском обществе с течением времени под влиянием экстралингвистических факторов, связанных с изменениями в социуме относительно тенденций, моды, аксиологических установок, происходит трансформация взглядов на поведение мужчины и женщины, модификация гендерных стереотипов, тиражируемых СМИ.

2. Материалы и методы исследования

Предпринятая в статье попытка выявления актуализации гендера в медийном дискурсе опирается на основные положения исследования дискурса, разработанные В. И. Карасиком (2000, 2014, 2017); гендера, обобщенные А. В. Кирилиной (2000), Е. С. Гриценко (2005, 2020), Ф. Б. Бешуковой, З. Р. Хачмафовой (2017); признаковые характеристики жанра ток-шоу, предложенные М. С. Ковериной (2015, 2016); стратегии медийного дискурса, выявленные И. И. Гулаковой (2004).

Материалом для исследования послужили медиатексты программы «Мужское / Женское» за 2015–2022 гг. В работе применялся 1) метод дискурс-анализа, 2) лингвосемиотический метод, выявляющий кластеры знаков, позволяющих актуализировать гендерные концепты в тексте и дискурсе.

3. Результаты исследования

«Мужское / Женское» — телешоу, которое транслируется на Первом канале с 2014 года. Его бессменными ведущими являются известный актер, режиссер, журналист А. Гордон и Ю. Барановская. Цель дискурсивного жанра — осветить отношения между мужчинами и женщинами в бытовой сфере, чаще всего внутри семьи.

Участниками коммуникации становятся с одной стороны герои программы: жены, мужья, дети, сестры, братья, любовники, любовницы, родственники, рассказывающие реальные истории из собственной жизни; с другой стороны — ведущие и приглашенные эксперты: психологи, юристы, общественные деятели, которые помогают разобраться в сложных жизненных ситуациях.

Дискурсивная структура. Каждый выпуск имеет собственное название. Ведущая Ю. Барановская начинает программу, сообщая о теме и комментируя ее. А. Гордон предлагает переходить к фактам. В студию приходит главный герой, обратившийся в редакцию. Беседа происходит в доверительной обстановке. Ю. Барановская задает вопросы, эмоционально реагируя на сказанное, сопереживая собеседнику, старается защитить интересы женщин, демонстрируя при этом фемининный тип поведения. А. Гордон больше молчит, уместно задает наводящие вопросы, помогающие узнать

правду. Он харизматичен, довольно выдержан, рассудителен, принципиален, мастерски контролирует конфликтную ситуацию. Нередко отстаивает интересы мужчин. Ведущий реализует маскулинный тип поведения. В процессе беседы в студию поочередно приглашают родственников, знающих о конфликте сторон. Иногда приглашаются благотворители, позволяющие разрешить проблему здоровья героев (выпуски «Пойдем к врачам, Оксана», «Хочу как все»).

Темы, заявленные в программе, зачастую связаны с гендерными вопросами, в рамках передачи в центре внимания оказываются мужской и женский взгляд на различные жизненные ситуации. Это взаимоотношения между родственниками, супругами, детьми. Например, это непростые истории, происходившие между мужчинами и женщинами, не способными самостоятельно урегулировать общение с собственными детьми, ставшими заложниками обиды папы или мамы («Слово матери», «Эй, моряк, ты слишком долго плавал»). Это сюжеты о неблагополучных семьях, где из-за пьющих родителей страдают дети («Вера в Таню», «Падчерица на закуску»); эфиры, посвященные отношениям между несовершеннолетними («Ромео и Джульетта XXI века», «Беременна в 16»); выпуски, главными героями которых становятся супруги с аморальным поведением («Последняя любовь Василия», «Убью за мужа»), посвященные случаям сексуального домогательства к детям («Падчерица на закуску», «Тренер педофил?»); истории жертв пластической хирургии («Страшно красивые»); проблемы раздела имущества («Домик в деревне»), измены («Чей ребенок?», «Родила от зека»), развода («Развод за одну ночь»).

Таким образом, острые социальные проблемы, связанные с семейно-бытовой сферой, тиражируемые СМИ, формируют определенное отношение общества к ним, прогнозируя социальные ожидания мужчин и женщин применительно к «конкретной социально-культурной матрице» (Каркищенко 2013: 8). Безусловно, те или иные реакции реципиента связаны с полученным им воспитанием, а также с итогом восприятия индивидом материалов, извлеченных из СМИ.

Хронотоп. Данное ток-шоу выходит в эфир с понедельника по пятницу (каждый день новая тема, новые гости). Это беседа в студии, куда постепенно приглашают участников конфликта. Рассказ участников сопровождается визуальными средствами — видеоматериалами, интервью, фото, служащими подтверждением или опровержением тезисов гостей эфира. При помощи вопросов, комментариев ведущих разворачивается нарратив о нормах, правилах поведения в семейных отношениях, образе жизни, тем самым зритель приобщается к ценностям или осознает антиценности в поведении людей.

Ценностью данного подтипа дискурса является передача информации об отношениях мужчины и женщины в рамках семейно-бытовой сферы. Ключевыми концептами — «квантами переживаемого знания» (Карасик 2014: 80) — являются концепты **МАСКУЛИННОСТЬ / ФЕМИНИННОСТЬ**, под которыми понимаем совокупность характеристик поведения, возможностей, ожидаемых от мужчины / женщины в данном социуме (Словарь гендерных терминов 2002: 142, 223). В состав данных концептов входят категории «семья», «дети», «родственники», «любовь», «измена», «предательство», отражающие совокупность аксиологических представлений об определенном социальном фрагменте окружающей действительности. Комментарии ведущих, название конкретного выпуска программы формируют оценочность относительно поведения участников коммуникации, где положительные, достойные формы поведения служат примером для подражания, вызывают одобрение у гостей студии, а девиантное поведение осуждение.

Жанр программы «Мужское / Женское», суть которой в разворачивании дискуссии между приглашенными героями, ведущими и гостями студии, — это жанр телевизионной журналистики, являющийся «многокомпонентным, сложно организованным явлением, совмещающим социокультурные, гендерные, экстралингвистические, жанровые и собственно лингвистические особенности» (Лысякова 2020: 116); «телевизионный разговорный жанр, содержащий элементы информации и развлечения» (Коверина 2015: 120). Задача ток-шоу не только раздуть скандал, создать рейтинг, но и привлечь внимание к острым социальным проблемам, даже помочь в случаях, касающихся здоровья героев программы.

Языковые особенности. Жанр ток-шоу предполагает использование экспрессивных средств в процессе обсуждения проблем. Тематика передачи, связанная с обиходно-бытовой сферой, обуславливает употребление соответствующей лексики участниками коммуникации: ведущими программы и гостями. Телеведущие сознательно используют сниженный регистр русского языка, подобный прием обеспечивает выразительность и быстрое, адекватное восприятие зрителями выразительной, доступной речи, это некая установка на взаимодействие с аудиторией. Разговорные единицы создают впечатление неподготовленной речи, динамичной, экспрессивной, усиливая прагматический потенциал. Так, в эфире присутствуют в большом количестве:

1. Нарушение норм акцентологии. Подобное употребление допустимо, но с пометой *разг.*: *он имеет все благá* (Ю. Барановская); *начались пьянки* (героиня Вера Ивановна).
2. Фонетическая компрессия: *а чо ж до этого бухали?* (Ю. Барановская); *шо с мальчиком будет?* (героиня передачи).

3. Разговорная лексика: *у вашей дочери есть мужик?*; *она пошла вразнос*; *заберут мальчонку в детский дом* (Ю. Барановская); *хотелось удавиться* (героиня Алена Ивановна); *замучили пьянкой* (героиня).

4. Жаргонная лексика: *вас мочить сюда*; *вы так бухали?*; *психанет и пойдет вас мочить*; *вы появились, но она стала бухать* (Ю. Барановская).

5. Фразеология: *искры из глаз*; *каждый божий день* (героиня Вера Ивановна).

6. Инвективная лексика: *чтоб ты сдохла* (героиня передачи); *он идиот?* (разг. бран.) (Ю. Барановская).

7. Разговорно-сниженная лексика в речи как героев программы, так и ведущих: *хватит орать* (Ю. Барановская); *он так и говорит детям, что мама аферистка* (разг., сниж.), *истеричка* (разг., неодобр.), *сумасшедшая* (разг., неодобр.) (героиня Оксана Михайлова); *током долбануло* (героиня Вера Ивановна).

8. Просторечие: *ихняя комната*; *здоровье попортилось*; *вышла в коридор* (героиня Вера Ивановна).

9. Повторяющиеся дискурсивные формулы: *давайте посмотрим видеоматериалы / как вы живете / ваш дом*; *давайте посмотрим, потом обсудим*; *позвольте позвать / пригласить в студию*; *он / она приехал / приехала Вас поддержать*; *можно мне задать / позвольте задать прямой вопрос*; *случилось / не случилось пообщаться с его / ее адвокатом / органами опеки / администрацией*; *экспертиза выявила / не выявила* (А. Гордон).

В заголовках довольно часто применяются элементы экспрессивного синтаксиса — риторические восклицания, риторические вопросы («*Тренер педофил?*», «*Дяденька, спасите!*», «*Отец-молодец!*», «*Бабушка-огонь!*», «*Нагулялась?*»), позволяющие обозначить актуальную проблему очередного выпуска программы.

А. Гордон обычно немногословен, однако он тоже употребляет лексику 1) жаргонную: *он всю жизнь бухает? А на что бухаете? Вы гужуετε с ним в Питере? Вы стали давать другим мужикам, чтоб были деньги на жизнь?*; 2) разговорную: *профукали ситуацию*; 3) устойчивые выражения: *туши свет — бей по выключателю* (оценочное, в значении ‘все кончено, конец’); *ветром надуло*; 4) инвективную: *кодировки — чушь собачья*.

Экспрессия также проявляется в использовании приемов прецедентности в названиях специальных выпусков программы: «*Три сестры: трагедия*», «*Дама с собачкой*», «*Записки сиротки*», «*Алиса в стране кошмаров*», «*Ищите женщину*», «*Бабушка строгого режима*», «*Баю-баюшки-баю, уложила на краю*», «*От сумы и от кумы*», «*Жили у бабуся*», «*Шальная императрица*», «*Дочка матери*», «*Эй, моряк, ты слишком долго плавал*», «*Вася*.

Деньги. Две жены», «Ромео и Джульетта XXI века», «Одинокий папа мечтает познакомиться» и т. д.

Названия выпусков чаще всего гендерно маркированные. Под гендерной маркированностью «будем понимать наличие языковых средств, в явной или скрытой форме указывающих на гендерное значение» (Копоть 2023: 112). Так, среди исследуемого материала выделили 1) знаки родства: «Слово матери», «По маминым стопам», «Ответь мне, мама», «Бабушка строгого режима», «Сестра против сестры», «Золовкины уловки», «Украденная дочь, или ненужная мать», «Бабушка-огонь!», «Путана и мама», «Заклятие сестры», «Убить тещу», «Жили у бабуся», «Сестра из Боголюбовки», «Дочь-убийца?»; 2) женские знаки-антропонимы: «Вера в Таню», «Беги, Лера, беги!», «Пойдем к врачам, Оксана», «Бедная Оля», «Алиса в стране кошмаров», «Похищение Ангелины», «Спасите Юлю!»; 3) знаки — грамматические формы женского рода: «Пока я жива», «Пропавшая без вести», «Городская я», «Баю-баюшки-баю, уложила на краю», «Нагулялась?», «Главная бывшая», «Не лечила, вот и получила», «Удобная малолетка»; 4) знаки-гендеронимы: «Замуж за москвича», «Убью за мужа», «Богатая невеста», «Женищина-огонь», «Женищина-драйв», «Невестка с темным прошлым», «Женищина года», «Харе, теща, Харе Рама», «Падчерица на закуску», «От сумы и от кумы», «Я не алкашка, я — фитоняшка», «Девочка для битья», «8 марта»; 5) знаки-апеллятивы: «Госпожа Никто», «Дама с собачкой», «Шальная императрица» и т. д.

Среди мужских гендерно маркированных форм названий выделим: 1) знаки родства: «Папа из тюрьмы», «Отец-молодец!», «Брат по переписке», «Неблагодарный сын», «Фиктивный отец», «Непризнанный внук», «Сыночка-корзиночка», «Отец-кукушка», «Сын для битья», «Папа против», «Одинокий папа мечтает познакомиться», «Батя», «Твой сын — мой сын», «Сердце сына», «Дайте внука воспитать»; 2) знаки-соционимы: «Рекетир», «Мститель из Асбеста», «Истязатель»; 3) мужские знаки-антропонимы: «Последняя любовь Василия», «Вите надо выйти?», «Константин», «Письма Деду Морозу», «Сережа — молодец!», «Богданово детство», «Дядя Яша помог», «Выпьем за Яна», «Ромео и Джульетта XXI века»; 4) знаки — номинации по профессии: «Наследство егеря», «Эй, моряк, ты слишком долго плавал», «Дядя Вася — капитан», «Тренер педофил?»; 5) знаки-гендеронимы: «Две жены», «Вдовец-молодец», «Женищины Викулова», «Дядя из телевизора», «Дяденька, спасите!», «Ни себе, ни мужу»; 6) знаки — грамматические формы мужского рода: «Влюбленный-недееспособный» и т. д.

Таким образом, стилистические ресурсы как героев программы, так и ее ведущих коннотативны, и мужчины, и женщины, реализуя непринужденный стиль общения, активно применяют разговорную, сниженную, бранную, жаргонную, просторечную лексику, что указывает на воздействующий характер языка медиадискурса. Вербальная агрессия всех участников программы — гостей, журналистов, специалистов — позволяет выходить за рамки традиционных гендерных ролей и демонстрирует андрогинный тип поведения. Под андрогинией понимаем «совмещение в индивиде маскулинных и фемининных черт» (Словарь гендерных терминов 2002: 8).

В программе «Мужское / Женское» реализованы стратегии, которые обусловлены жанром развлекательно-социальной направленности, поэтому здесь присутствуют как кооперативные, так и некооперативные стратегии. Кооперативная речевая стратегия проявляется во время доброжелательной, доверительной беседы ведущей Ю. Барановской с гостем / гостьей программы в попытке выявить истинное положение дел, установить контакт. Подобная стратегия направлена на разрешение конфликта кооперативным, «мирным» путем. Можно выделить в ней следующие речевые тактики: начало общения; продолжение общения, в процессе которого присутствуют открытые вопросы; оценивание проблемы; примеры. Это тактики поддержки героя, согласия с ним, привлечение внимания, благодарности, обещания (Коверина 2015: 121, 123). Например, тактика поддержки женщины, сопровождаемая одновременно тактикой осуждения мужчины — героя программы: *И вы выгнали ночью женщину с маленьким ребенком без денег, в чужом городе?; Молодец! Семь лет живешь вместе, ребенка родил. И не женился, и алиментов платить не надо, и вообще ни при чем* (Ю. Барановская; «Последняя любовь Василия», 28.01.2022). Ведущая поддерживает пострадавшую в конфликте женщину, проявляя сочувствие, демонстрируя фемининные характеристики.

К некооперативным стратегиям относим диалоги между участниками конфликта, которые ссорятся, проявляют агрессию, ругаются нецензурно, иногда дерутся в студии. Опираясь на классификацию речевых стратегий И. И. Гулаковой (2004), М. С. Ковериной (2015), выделим конфронтационную, адресованную другим участникам конфликта. К конфронтационной стратегии относят речевую агрессию, при которой участники конфликта, стремясь достичь собственных целей, применяют оскорбления, критику, обвинения. Воздействие осуществляется посредством угроз в адрес соперника, прерывания собеседника, давления на него (Гулакова 2004: 70).

Отметим, что участники программы при попытке отстоять свои интересы, доказать правоту разрушают стереотипные гендерные представления о том, как должны вести себя в обществе женщины и мужчины.

Конфликт в дикурсе ток-шоу реализуется во время попыток выявить истину, ведущие невольно вступают в конфликт с гостями студии, что заметно по их репликам. Например, Ю. Барановская довольно эмоционально реагирует на сказанное в студии, увиденное в материалах: *Вы остались жить с этим недомужиком!; С глаз долой — из сердца вон!* («Падчерица на закуску», 18.01.2022); *Не побрезговали после подружки жениха подобрать?; Как только она свалила, а вы мужика цап-царап?; Но как, вы разнесли квартиру?* («Убью за мужа», 17.01.2022).

А. Гордон чаще всего выбирает нейтральную стратегию. Однако присутствует и конфронтационная стратегия, реализуемая в виде речевой агрессии. Воздействие при этом осуществляется посредством тактик прерывания гостя, получения детальной информации, уточнения, оценки проблемы, иллюстрирования, привлечения внимания, просьбы. Например, тактика просьбы: *Я могу задать прямой вопрос? Если у вас есть семья, какого хрена вы лезете к ним?* («Эй, моряк, ты слишком долго плавал», 28.05.2021). Тактики давления на гостя, прерывания участника диалога применяется ведущим только тогда, когда герои программы ведут себя неадекватно, бросаются в драку, перебивают и ведущих, и второго участника конфликта: *Ужас какой-то! Тише! Помолчите! Мы сейчас прекратим передачу! Мне плевать, как вы будете относиться к...* («Убью за мужа», 17.01.2022); *Стоп! Хватит!* («Эй, моряк, ты слишком долго плавал», 28.05.2021).

Таким образом, ведущие и гости применяют кооперативные и некооперативные стратегии, что позволяет осуществлять воздействие на собеседников. При этом выявлена вербальная агрессия в коммуникативном поведении как мужчин, так и женщин из числа приглашенных героев телешоу «Мужское / Женское», специалистов и самих ведущих, что, вероятно, демонстрирует андрогинный тип поведения в общении, связанный с модификацией гендерных норм, ролей, «вызываемой многочисленными экстралингвистическими факторами» (Байкова, Крюкова 2020: 33).

Жанр ток-шоу позволяет реализовать семиотически медиатекст программы «Мужское / Женское», при котором как вербальные, так и визуальные, пространственные средства «в равной степени участвуют в производстве и трансляции смыслов» (Красикова, Кожемякин 2018: 896).

К невербальным гендерно маркированным средствам относим заставку программы. На экране появляются по очереди то мужские, то женские предметы: курительная трубка, боксерские перчатки, маска для плавания, семейные трусы, вареные раки / розовая сумочка, женские коньки, утюг, фен, мороженое. Оформление студии представлено при помощи знаков-колоронимов: в традиционно мужских серых и синих тонах, а также женских — розовых и красных. Кроме того, на стене изображены гендерные

знаки маскулинности / фемининности. Таким образом, невербальные средства коммуникации имплицитно в концентрированном виде репрезентируют гендерную семантику, включающую «значимые для лингвокультурных сообществ модели поведения и ценности» мужчин и женщин (Мурзина, Пишкова, Богомазова 2023: 87).

4. Заключение

Таким образом, приращение научного знания заключается в выявлении актуализации гендера в медиадискурсе: изучении и описании вербальных дискурсивных характеристик гендера, репрезентируемого в жанре ток-шоу на примере программы «Мужское / Женское», демонстрируемой на Первом канале российского телевидения.

В статье раскрыты понятия медийного дискурса, гендера, андрогинии; проанализированы языковые особенности медиатекстов программы «Мужское / Женское». В них нередко присутствует нарушение норм акцентологии, неоправданная фонетическая компрессия; гендерно маркированные вербальные дискурсивные и языковые средства, указывающие на гендерное значение: антропонимы, грамматические формы, указывающие на пол человека, лексика родства, гендеронимы. Невербальные гендерно маркированные знаковые системы: заставка, оформление студии.

Анализ стилистических ресурсов как героев программы, так и ее ведущих свидетельствует о наличии коннотации, и мужчины, и женщины, реализуя непринужденный стиль общения, активно применяют разговорную, сниженную, бранную, жаргонную, просторечную лексику, что указывает на воздействующий характер языка медиадискурса. Экспрессивность проявляется также и в прецедентных названиях выпусков программы.

Вербальная агрессия всех участников программы — гостей, журналистов, специалистов — позволяет выходить за рамки традиционных гендерных ролей и демонстрирует андрогинный тип поведения, что свидетельствует о тенденции к формированию новых закономерностей в системе гендерных отношений. В частности, гендерные стереотипы относительно взглядов на поведение мужчин и женщин зачастую подвергаются трансформации, способствуя созданию новых стереотипов и их внедрению в массовое сознание посредством разнообразных СМИ.

Проведенное исследование внесет вклад в дальнейшую разработку дискурсивной модели гендера, функционирующей в разных типах дискурса и способствующей расширению представлений о гендере в русской лингвокультуре.

Список литературы / References

- Байкова О. В., Крюкова Н. Ф. Языковой портрет российских немцев Кировской области в зеркале гендерных различий // Вестник Нижегородского государственного лингвистического университета им. Н. А. Добролюбова. 2020. Вып. 49. С. 24–36. [Bajkova, Ol'ga V., & Kryukova, Natal'ya F. (2020) Yazy'kovoj portret rossijskix nemcev Kirovskoj oblasti v zerkale genderny'x razlichij (Linguistic Portrait of Russian Germans of the Kirov Region in the Mirror of Gender Differences). *LUNN Bulletin*, 49, 24–36. (In Russian)]. DOI:10.47388/2072-3490/lunn2020-49-1-24-36.
- Беишкова Ф. Б., Хачмафова З. Р. Языковая репрезентация гендерного стереотипа мужественности в дискурсе СМИ (на материале российских журнальных текстов) // Вестник АГУ. Серия 2: Филология и искусствоведение. 2017. № 4. С. 63–67. [Beshukova, Fatima B., & Khachmafova, Zajneta R. (2017) Yazykovaya reprezentatsiya gendernogo stereotipa muzhestvennosti v diskurse SMI (na materiale rossijskikh zhurnal'nykh tekstov) (Linguistic Representation of the Gender Stereotype of Masculinity in the Media Discourse (Based on Russian Journal Texts)). *Bulletin of the Adghe State University. Series: Philology and the Arts*, 4, 63–67. (In Russian)].
- Гриценко Е. С., Сергеева М. В. Современные тенденции в концептуализации гендера и их отражение в британской толковой лексикографии // Вопросы лексикографии. 2020. № 18. С. 22–51. [Gritsenko, Elena S., & Sergeyeva, Marina V. (2020) Sovremennyye tendentsii v kontseptualizatsii gendera i ikh otrazheniye v britanskoy tolkovoy leksikografii (Modern Trends in Gender Conceptualization and Their Reflection in British Explanatory Lexicography). *Russian Journal of Lexicography*, 18, 22–51. (In Russian)]. DOI: 10.17223/22274200/18/2.
- Гулакова И. И. Коммуникативные стратегии и тактики речевого поведения в конфликтной ситуации общения: Автореф. ... дис. канд. филол. наук. Орел, 2004. [Gulakova, Irina I. (2004) *Kommunikativnyye strategii i taktiki rechevogo povedeniya v konfliktnoy situatsii obshcheniya*: Avtoref. ... dis. kand. filol. nauk (Communicative Strategies and Tactics of Speech Behavior in a Conflict Situation of Communication: Abstract of PhD Thesis in Philology). Orel. (In Russian)].
- Добросклонская Т. Г. Медиадискурс как объект лингвистики и межкультурной коммуникации // Вестник Московского университета. Серия 10. Журналистика. 2006. № 2. С. 20–33. [Dobroslonskaya, Tat'yana G. (2006) Mediadiskurs kak ob'yekt lingvistiki i mezhkul'turnoy kommunikatsii (Media Discourse as an Object of Linguistics and Intercultural Communication). *Lomonosov Journalism Journal*, 2, 20–33. (In Russian)].
- Дускаева Л. Р. Медиа́текст как полиинтенциональная система. СПб.: изд-во Санкт-Петербург. ун-та, 2012. [Duskayeva, Liliya R. (2012) *Mediatekst kak poliintentsional'naya sistema*. (Media Text as a Polyintentional System). Saint-Petersburg: izd-vo Sankt-Peterburg. un-ta. (In Russian)].
- Желтухина М. Р. Медиадискурс // Дискурс-Пи. 2016. Т. 13. Вып. 3 (4). С. 292–296. [Zhelutkhina, Marina R. (2016) Mediadiskurs (Mediadiscourse). *Discourse-P*, Vol. 13, 3 (4), 292–296. (In Russian)].
- Зелова В. Н. Гендерные стереотипы в средствах массовой информации // Ученые заметки ТОГУ. 2017. Т. 8. № 2. С. 173–178. [Zelova, Valentina N. (2017) Gendernyye stereotipy v sredstvakh massovoy informatsii (Gender Stereotypes in the Media). *Scientists notes PNU*, 2, 173–178. (In Russian)].

- Ильиных С. А. Гендерная стратификация: сглаживание ситуации и управление представлениями // Вестник НГУЭУ. 2014. № 2. С. 174–182. [Il'inykh, Svetlana A. (2014) *Gendernaya stratifikatsiya: sglazhivaniye situatsii i upravleniye predstavleniyami* (Gender Stratification: Smoothing the Situation and Managing Perceptions). *Vestnik NSUEM*, 2, 174–182. (In Russian)].
- Канаева Л. П., Павликова Т. Е. Гендерные идеалы современной молодежи // Вестник науки и образования. 2018. Т. 1. № 8. С. 100–102. [Kanayeva, Lidiya P., & Pavlikova, Tat'yana E. (2018) *Gendernyye idealy sovremennoy molodezhi* (Gender Ideals of Modern Youth). *Vestnik nauki i obrazovaniya*, Vol. 1, 8, 100–102. (In Russian)].
- Капитанова Л. А. Гендерно-корректная коммуникация на страницах журнала «Женсовет» («Опыт отца» Даниила Новикова) // Вестник Псковского государственного университета. Серия: Социально-гуманитарные науки. 2015. № 1. С. 197–201. [Kapitanova, Lyudmila A. (2015) *Genderno-korrektная kommunikatsiya na strantsakh zhurnala «Zhensovet» («Opyt ottsa» Daniila Novikova)* (Gender-correct Communication on the Pages of the Magazine “Women’s Council” (“Father’s Experience” by Daniil Novikov)). *Vestnik Pskovskogo gosudarstvennogo universiteta. Series: Social'no-gumanitarnye nauki*, 1, 197–201. (In Russian)].
- Карасик В. И. Языковое проявление личности. Волгоград: Парадигма, 2014. [Karasik, Vladimir I. (2014) *Yazykovoye proyavleniye lichnosti* (Linguistic Manifestation of Personality). Volgograd: Paradigma. (In Russian)].
- Карасик В. И. Языковая пластика общения. Волгоград: Парадигма, 2017. [Karasik, Vladimir I. (2017) *Yazykovaya plastika obshcheniya* (Language Plasticity of Communication). Volgograd: Paradigma. (In Russian)].
- Каркищенко Е. А. Гендерные стереотипы: дискурсивные средства формирования и репрезентации в коммуникативном поведении подростков: Автореф. ... дис. канд. филол. наук. М., 2013. [Karkishchenko, Elizaveta A. (2013) *Gendernyye stereotipy: diskursivnyye sredstva formirovaniya i reprezentatsii v kommunikativnom povedenii podrostkov*: Avtoref. ... dis. kand. filol. nauk (Gender stereotypes: discursive means of formation and representation in the communicative behavior of adolescents: Abstract of PhD Thesis in Philology). Moscow. (In Russian)].
- Кирилина А. В. Гендерные аспекты массовой коммуникации // Гендер как интрига познания. М.: Рудомино, 2000. С. 47–80. [Kirilina, Alla V. (2000) *Gendernyye aspekty massovoy kommunikatsii* (Gender Aspects of Mass Communication). In *Gender kak intriga poznaniya* (Gender as an Intrigue of Cognition). Moscow: Rudomino, 47–80. (In Russian)].
- Клушина Н. И. Медиастилистика: Монография. М.: ФЛИНТА, 2018. [Klushina, Natalia I. (2018) *Mediastilistika: Monografiya* (Mediastylistics: Monograph). Moscow: FLINTA. (In Russian)].
- Коверина М. С. Языковые показатели речевых стратегий и тактик в конфликтной ситуации общения (на примере ток-шоу «Пусть говорят») // Вестник МПГУ. Серия: Филология. Теория языка. Языковое образование. 2015. № 1. С. 120–125. [Koverina, Mariya S. (2015) *Yazykovy'e pokazateli rechevy'x strategij i taktik v konfliktnoj situatsii obshheniya* (na primere tok-shou «Pust' govoryat») (Language Indicators of Speech Strategies and Tactics in a Conflict Situation of Communication (on the Example of the Talk Show “Let Them Talk”)). *MCU Journal of Philology. Theory of Linguistics. Linguistic Education*, 1, 120–125. (In Russian)].
- Копоть Л. В. Прецедентные тексты в медиадискурсе и их роль в актуализации гендерных

- стереотипов // Вестник Тверского государственного университета. Серия: Филология. 2020а. № 4. С. 129–136. [Kopot', Lilia V. (2020a) Pretsedentnyye teksty v mediadiskurse i ikh rol' v aktualizatsii gendernykh stereotipov (Precedent Texts in the Media Discourse and Their Role in the Actualization of Gender Stereotypes). *Vestnik TvGU Series: Philology*, 4, 129–136. (In Russian)].
- Копоть Л. В. Экспликация гендерных стереотипов в художественном дискурсе Е. Г. Водолазкина // Вестник Нижегородского государственного лингвистического университета им. Н. А. Добролюбова. 2020б. Вып. 52. С. 38–48. [Kopot', Lilia V. (2020b) E'ksplikaciya genderny'x stereotipov v xudozhestvennom diskurse E. G. Vodolazkina (Examining Gender Stereotypes in the Literary Discourse of E. G. Vodolazkin). *LUNN Bulletin*, 52, 38–48. DOI: 10.47388/2072-3490/lunn2020-52-4-38-48.
- Копоть Л. В. Гендерная нейтральность в русскоязычном научном дискурсе // Вопросы когнитивной лингвистики. 2023. № 2. С. 111–121. [Kopot', Lilia V. (2023) Gender-naya nejtral'nost' v russkoyazy'chnom nauchnom diskurse (Gender Neutrality in Russian-language Scientific Discourse). *Issues of Cognitive Linguistics*, 2, 111–121. (In Russian)]. DOI: 10.20916/1812-3228-2023-2-111-121.
- Красикова Т. Р., Кожемякин Е. А. Телевидение как объект мультимодального дискурса-анализа // Ученые записки Казанского университета. Серия: Гуманитарные науки. 2018. Т. 160. Кн. 4. С. 894–907. [Krasikova, Tat'yana R., & Kozhemyakin, Evgenij A. (2018) Televideniye kak ob'yekt mul'timodal'nogo diskurs-analiza (Television as an Object of Multimodal Discourse Analysis). *Proceedings of Kazan University. Series: Humanities*, Vol. 160, 4, 894–907. (In Russian)].
- Литвяк О. В., Скрипичникова Н. С. Гендерные стереотипы в современном рекламном тексте // Современное педагогическое образование. 2022. № 8. С. 98–101. [Litvyak, Olesya V., & Skripichnikova, Natal'ya S. (2022) Gendernyye stereotipy v sovremen-nom reklamnom tekste (Gender Stereotypes in Modern Advertising Text). *Modern Pedagogical Education*, 8, 98–101. (In Russian)].
- Лысякова М. В. Ток-шоу как жанр телевизионной журналистики и лингвистический феномен // Современное педагогическое образование. 2020. № 1. С. 116–121. [Lysyakova, Marina V. (2020) Tok-shou kak zhanr televizionnoy zhurnalistiki i lingvistich-eskiy fenomen (Talk Shows as a Genre of Television Journalism and a Linguistic Phenomenon). *Modern Pedagogical Education*, 1, 116–121. (In Russian)].
- Мурзинова И. А., Пишкова Е. Ю., Богомазова В. В. Особенности репрезентации коммуникативного лингвокультурного типажа «гейша» в кинодискурсе и дискурсе мемуарной прозы // Вестник Нижегородского государственного лингвистического университета им. Н. А. Добролюбова. 2023. Вып. 62. С. 87–114. [Murzinova, Irina A., Pishkova, Elena Yu., & Bogomazova, Viktoriya V. (2023) Osobennosti reprezentatsii kommunikativnogo lingvokul'turnogo tipazha «geisha» v kinodiskurse i diskurse memuarnoy prozy' (Representation of the Communicative Linguistic and Cultural Type “geisha” in the Film Discourse and the Discourse of Memoir Prose). *LUNN Bulletin*, 62, 87–114. (In Russian)]. DOI: 10.47388/2072-3490/lunn2023-62-2-87-114.
- Потапова Н. В., Коломиец С. В. Конструирование фемининной идентичности в социальных медиа (на материале англоязычного сайта Reddit) // Вестник Нижегородского государственного лингвистического университета им. Н. А. Добролюбова. 2022. Вып. 60. С. 92–106. [Potapova, Natal'ya V., & Kolomiecz, Svetlana V. (2022) Kon-

- struирование femininnoj identichnosti v social'ny'x media (na materiale angloyazy'chnogo sajta Reddit) (The Construction of a Feminine Identity in Social Media (Based on the Material of the English-language Website Reddit)). *LUNN Bulletin*, 60, 92–106. (In Russian)]. DOI: 10.47388/2072-3490/lunn2022-60-4-92-106.
- Сидорская И. В., Раду А. Гендер и СМИ. Пособие для журналистов [Электронный ресурс]. 2015. URL: <https://litmir.club/bd/?b=815030> (дата обращения: 15.04.2023). [Sidorskaya, Irina V., & Radu, Alina. (2015) (2023, April 15) *Gender i SMI. Posobiye dlya zhurnalistov* (Gender and the Media. Handbook for Journalists). Retrieved from <https://litmir.club/bd/?b=815030>. (In Russian)].
- Скотт Дж. Гендер: полезная категория исторического анализа // Введение в гендерные исследования. Ч. II: Хрестоматия / Под ред. С. В. Жеребкина. Харьков: ХЦГИ, 2001; СПб.: Алетея, 2001. С. 405–436. [Skott, Dzhoan U. (2001) *Gender: poleznaya kategoriya istoricheskogo analiza* (Gender: a Useful Category of Historical Analysis). In Zherebkin, Sergey V. (ed.) *Vvedenie v gendernye issledovaniya. Ch. II: Hrestomatiya* (Introduction to Gender Research. Part. II: Chrestomathy). Har'kov: HCGI; Saint-Petersburg: Aleteya, 405–436. (In Russian)].
- Соколов В. Ю. Гендер как социокультурная особенность личности // Проблемы современного образования. 2017. № 6. С. 300–307. [Sokolov, Vitalij Yu. (2017) *Gender kak sotsiokul'turnaya osobennost' lichnosti* (Gender as a Socio-Cultural Feature of a Person). *Problems of Modern Education*, 6, 300–307. (In Russian)].
- Тедтоева З. Х., Цаликова М. А. Отражение гендерных проблем общества в российской публицистике на рубеже веков // Вопросы теории и практики журналистики. 2018. Т. 7. № 4. С. 672–690. [Tedtoeyeva, Zinaida H., & Tsalikova, Madina A. (2018) *Otrazheniye gendernykh problem obshchestva v rossiyskoy publitsistike na rubezhe vekov* (Reflection of the Gender Problems of Society in Russian Journalism at the turn of the 20th and 21th Centuries). *Issues of Theory and Practie of Journalism*, Vol. 7, 4, 672–690. (In Russian)]. DOI: 10.17150/2308-6203.2018.7(4).672-690.
- Терских М. В. Вербально-визуальные средства репрезентации гендерных стереотипов в современной рекламе // Научный диалог. 2019. № 11. С. 86–99. [Terskikh, Marina V. (2019) *Verbal'no-vizual'nyye sredstva reprezentatsii gendernykh stereotipov v sovremennoy reklame* (Verbal-Visual Means of Representing Gender Stereotypes in Modern Advertising). *Nauchnyi dialog*, 11, 86–99. (In Russian)]. DOI: 10.24224/2227-1295-2019-11-86-99.
- Ушакин С. А. Поле пола. Вильнюс: Европейский гуманитарный университет, 2007. [Ushakin, Sergej A. (2007) *Pole pola* (Sex Field). Vilnius: European University for the Humanities. (In Russian)].
- Dijk, Teun. (1998) Principles of Critical Discourse Analysis // Gender and Discourse. In Cheshire, Jenny, & Trudgill, Peter (eds.). London, New York, Sydney, Auckland. Vol. 2. P. 367–393.
- Günter, Susanne. (1992) Sprache und Geschlecht: ist Kommunikation zwischen Frauen und Männern interkulturelle Kommunikation? *Linguistische Berichte*, 138, 123–143. [In German].
- Habermas, Jürgen. (1985) Der philosophische Diskurs der Moderne. Zwölf Vorlesungen. Frankfurt am Main: Suhrkamp Verlag. [In German].
- Harris, Zellig S. (1952) Discourse analysis. *Language*, Vol. 28, 1, 1–30.
- Corbett, Dzhi G. (2006) Gender, Grammatical. *Encyclopedia of Linguistics*. Elsevier Ltd., 749–756.

- Money, John. (1955) Hermaphroditism, Gender and Precocity in Hyperadrenocorticism: Psychologic Findings. *Bulletin of the Johns Hopkins Hospital*, Vol. 96–97, 253–264.
- Stoller, Robert. (1968) *Sex and Gender: On the Development of Masculinity and Femininity*. New York: Science House.
- Schreder, Kim C. (1994) Audience Semiotics, Interpretive Communities and the “Ethnographic Turn” in Media Research. *Media, Culture & Society*, 16 (2), April, 337–347.
- Oakley, Ann. (1991) (2023, April 10) *Sex, Gender and Society*. Introduction. Retrieved from https://www.google.ru/books/edition/Sex_Gender_and_Society/1B2oDQAAQBAJ?hl=ru&gbpv=0.

Источники фактического материала / Factual information resources

- Теле-шоу «Мужское / Женское*. 2014–2022. 1 канал. [Tele-shou «Muzhskóe / Zhénskoe» (Male vs Female) (2014–2022) Channel 1 (Russia). (In Russian)].

Словари / Dictionaries

- Словарь гендерных терминов* / Под ред. А. А. Денисовой. М.: Информация – XXI век, 2002. [Denisova, Alla A. (ed.) (2002) *Slovar' gendernykh terminov* (Dictionary of Gender Terms). Moscow: Information –21 century. (In Russian)].