

*Ивасик Денис Александрович*

Московский педагогический государственный университет,  
Россия, 119571, Москва, пр. Вернадского, 88  
<https://orcid.org/0009-0004-9104-534X>  
[da.ivasik@mpgu.su](mailto:da.ivasik@mpgu.su)

## **К вопросу о гендерных моделях речевого поведения: авторитарность как характерная черта мужской речи (на материале текстов англоязычных авторских блогов жанра lifestyle)**

**Для цитирования:** Ивасик Д. А. К вопросу о гендерных моделях речевого поведения: авторитарность как характерная черта мужской речи (на материале текстов англоязычных авторских блогов жанра lifestyle). *Вестник Санкт-Петербургского университета. Язык и литература*. 2024, 21 (3): 689–700. <https://doi.org/10.21638/spbu09.2024.310>

Статья посвящена авторитарности как одной из ключевых характеристик мужской речи. Доминирование в коммуникации обусловлено главенством мужчины в общественной жизни, осуществляется своего рода перенос ведущей роли мужчины и в речевое взаимодействие. Цель работы заключается в выявлении лингвистических способов выражения авторитарности, наиболее часто используемых авторами-мужчинами при написании текстов статей в блогах жанра lifestyle, их анализе и систематизации. Материалом исследования послужили тексты, опубликованные в англоязычных авторских блогах жанра lifestyle. Тексты авторских блогов могут служить наглядным отражением современных ключевых характеристик речевого поведения представителей различных гендеров. Гендерный аспект в речи является актуальным предметом исследования, однако его анализ на материале текстов блогосферы как одного из ключевых феноменов XXI в. определяет новизну данной работы и личный вклад автора в проблему. Такой выбор материала исследования позволил сделать актуальные выводы о характерных чертах мужской речи и подтвердить наличие в ней такой характеристики, как авторитарность, которая находит свое лингвистическое выражение посредством знаменательных глаголов со значением уверенности, модальных глаголов долженствования, формы побудительного наклонения глагола, модализированных наречий и риторических вопросов. Данные приемы используются авторами-мужчинами для оказания персуазивного эффекта на читателя и навязывания своей точки зрения. Сохранение главенствующей позиции мужчины в коммуникации остается неизменным: несмотря на современные течения и тренды, появления альтернативных моделей речевого поведения со стороны мужчин не наблюдается.

*Ключевые слова:* авторитарность, гендер, блог, мужская речь.

В настоящее время междисциплинарные гендерные исследования представляют собой обширную и интенсивно развивающуюся область изучения самых разнообразных гендерных аспектов. В данной статье затрагивается проблема выявления ключевых моделей речевого поведения мужчин в таком жанре интернет-дискурса, как авторский lifestyle-блог.

---

© Санкт-Петербургский государственный университет, 2024

Отметим, что исследование особенностей речи представителей различных гендеров находит свое отражение в трудах как отечественных, так и зарубежных лингвистов [Земская и др. 2004; Григорян, Четверикова 2021; Кирилина 2005; Киселева 2016; Пак 2021; Степыкин, Медведева 2022; Стернин 2001; Goddard, Patterson 2000; Cameron 2003; Park et al. 2016]. Изучение особенностей речевого поведения осуществлялось исследователями на разнообразном материале, однако тексты блогосферы ранее не подвергались анализу для рассмотрения данного вопроса.

Таким образом, актуальность данного исследования заключается в том, что тексты авторских блогов могут служить наглядным отражением современных ключевых характеристик речевого поведения представителей различных гендеров. По мнению Т. Г. Поповой,

термин «гендер» подчеркивает не столько природную, сколько социокультурную причину межполовых различий. Гендерная система как таковая является отражением асимметричных оценок и ожиданий, адресуемых членам социума в зависимости от их пола. Необходимо отметить, что гендерные различия естественным образом проявляются в речевом поведении человека [Попова 2008].

В последнее время блогосфера рассматривается как уникальное информационное пространство, которое составляет высокую конкуренцию традиционным СМИ, отмечается тенденция активного обращения к авторским блогам с целью получения интересующей информации, а также повышение авторитета блогеров как лидеров мнений в различных вопросах [Демьяненко 2018: 201]. Однозначное определение гендерной идентичности автора блога представляется возможным посредством анализа таких аспектов, как формальные гендерные маркеры: морфологические — аффиксальные морфемы; лексические — лексемы, которые содержат сему «мужской пол / женский пол», осуществляя тем самым прямую номинацию, система личных местоимений; имена, являющиеся антропонимами; визуальный компонент (фото автора блога).

Цель исследования заключается в выявлении лингвистических средств и типичных речевых паттернов, наиболее часто используемых авторами-мужчинами при написании текстов статей в блогах жанра *lifestyle*. Блог (англ. *blog*, от *web log* ‘сетевой журнал, дневник событий’) — это

общедоступный личный сайт пользователя (или его страница в социальных сетях), состоящий из регулярно обновляемых записей, мультимедиа и изображений, предполагающий полемику читателя с автором. Характерной чертой блогов являются короткие записи временной значимости, отсортированные в обратном хронологическом порядке (последняя запись сверху). Отличия блога от традиционного дневника обусловлены средой: блоги являются публичными и предполагают наличие сторонних читателей, которые могут вступить в полемику с автором. Блоггерами (блогерами) называют людей, ведущих блог. Совокупность всех блогов сети принято называть блогосферой [Рахвалова 2010].

В качестве материала исследования использовались тексты 50 англоязычных авторских блогов жанра *lifestyle*. Методом сплошной выборки было отобрано около 400 диктем, которые отчетливо иллюстрируют характерные черты мужского ре-

чевого поведения. М. Я. Блох определяет диктему как «элементарную единицу текста, которая является составной частью уровневой структуры языка» [Блох 2013: 6]. В нашем исследовании мы рассматриваем диктему как тематически-завершённый фрагмент дискурса блогосферы, в котором нами были выявлены характерные особенности речевого поведения, присущие мужчинам-блогерам.

На протяжении всего времени существования гендерной лингвистики как научного направления в составе междисциплинарных гендерных исследований различными учеными были предприняты попытки упорядочивания характерных особенностей мужской и женской речи. Так, согласно Е. А. Земской, М. А. Китайгородской и Н. Н. Розановой,

женской речи свойственны следующие типичные явления: низкая степень использования профессиональной и терминологической лексики, склонность к употреблению оценочных прилагательных, вставки, повторы, паратаксис, эллипсис, использование вводных слов и выражений, эмфаза, перебивы, наличие нескольких тематических линий, эмоциональность речи, междометия, использование тропов. В мужской речи выделены высокая степень употребления профессиональной и терминологической лексики, наличие гипотаксиса и периодов, тенденция к использованию грубой лексики, невысокая или же умеренная степень использования тропов [Земская и др. 2004].

Главенствующий в обществе образ мужчины как представителя сильного пола и такие свойственные ему черты, как доминирование и господство, переносятся и на его речевое поведение, вследствие чего авторитарность выступает в качестве одной из ключевых характеристик поведения мужчины в коммуникации. Говоря о распределении ролей в речевом взаимодействии, стоит отметить, что женщине отводится второстепенная роль, она оказывается вовлеченной во взаимодействие, в то время как мужчина осуществляет функцию контроля и занимает лидирующую позицию. Помимо авторитарности, основополагающими характеристиками речевого поведения мужчин являются эксплицитность, точность и терминологичность. Также немаловажным является тот факт, что именно мужчине принадлежит первенство в продолжительности говорения и частоте выступления, особенно в условиях формального группового общения, которые являются наиболее привычными и комфортными для него. Частое использование экспрессивно-сниженных средств, целенаправленное огрубление речи, отклонение от общепринятых норм и правил общения обусловлены такой чертой речевого поведения мужчин, как подавление положительных эмоций и фокусирование на отрицательных [Каратышова 2015: 17].

Остановимся подробнее на авторитарности в мужском речевом поведении и ее лингвистическом выражении. Понятие «авторитарность» представляет собой комплексное явление, связанное с социальными измерениями человека. По этой причине, помимо лингвистики, феномен авторитарности является объектом анализа таких научных дисциплин, как социология, психология, конфликтология, политология [Altemeyer 1981; 1996; Фромм 1989; Демьянков 2005; Ивин 2004; Шестопал 2002]. Т. В. Сапун и Л. В. Куликова определяют авторитарность следующим образом: это

социально-психологическая характеристика личности, отражающая ее стремление максимально подчинить своему влиянию партнеров по взаимодействию и общению и связанная с такими ее личностными чертами, как агрессивность, склонность к следованию стереотипам, завышенная самооценка и уровень притязаний, иерархичность сознания; характеристика мышления, придающая преувеличенное или даже решающее значение мнениям каких-то авторитетов (авторитарное мышление стремится усилить и конкретизировать выдвигаемые положения, прежде всего, путем поиска и комбинирования цитат и изречений, принадлежащих почитаемым авторитетам) [Сапун, Куликова 2019: 58].

С понятием авторитарности тесно связан так называемый авторитарный дискурс. Авторитарный дискурс трактуется как

целенаправленное коммуникативное действие, обусловленное особой статусно-ролевой конфигурацией коммуникативной ситуации и поведения личности, демонстрирующей паттерны коммуникативного и интеллектуального доминирования в большинстве случаев общения на разных семиотических уровнях коммуникации: вербальном, невербальном и паравербальном [Сапун, Куликова 2019: 59].

Целью авторитарного дискурса является достижение слепого подчинения, за получение безграничной власти над собеседником и ходом его мыслей.

Говоря о лингвистических способах выражения авторитарности, стоит отметить, что они реализуются автором комплексно для оказания наибольшего персуазивного эффекта. Вербальная составляющая авторитарного дискурса реализуется с помощью лексических, грамматических, синтаксических и стилистических средств (модальные глаголы со значением облигаторности; неполные предложения, простые короткие предложения; усложненные синтаксические структуры; вводные слова с командной коннотацией; персонификация с одновременной заменой декларативной конструкции на императивную; замена активных структур пассивными; сослагательное наклонение для побуждения; побудительные конструкции; экспрессивные коллоквиализмы; повторы; языковая игра). Рассмотрение авторитарности в коммуникативно-прагматической перспективе тесно связывает данное понятие с авторитетностью, понимаемую как «одна из коммуникативных констант дискурса, содержание которой связано с лингвоэкономическим и властным статусом коммуникантов, понятиями привилегий, престижа и уважения». Лингвистическое выражение авторитетности достаточно редко осуществляется средствами явной грамматики, разве что косвенно. Ключевым образом данная категория реализуется в дискурсных маркерах типа вводных фраз, вставных текстов, ссылок, цитат и т. д. [Сапун, Куликова 2019: 59].

Отметим, что лингвистические средства выражения авторитарности могут варьироваться в зависимости от специфики конкретного вида дискурса и интенций автора. В результате анализа диктём из англоязычных мужских блогов нами был сделан вывод, что такие ключевые характеристики мужской речи, как авторитарность и самоуверенность, выражаются на лексическом уровне следующими лексемами:

- знаменательными глаголами со значением уверенности;
- модальными глаголами долженствования;

- формой побудительного наклонения глагола;
- модализированными наречиями.

На синтаксическом уровне авторитарность мужчин-авторов выражается посредством риторических вопросов, адресованных читателю.

Рассмотрим примеры из англоязычных авторских блогов жанра *lifestyle* с целью иллюстрации основных положений нашего исследования.

Знаменательные глаголы представляют собой глаголы, выражающее лексическое значение и являющиеся знаменательными словами (в отличие от служебных слов). В текстах блогов авторов-мужчин наиболее часто фигурируют знаменательные глаголы определенной группы, ими являются лексемы *to guarantee*, *to bet* и *to wager*, содержащие в себе сему уверенности и определенности.

- (1) I've said it before, and I'll say it again: Tailoring is the secret weapon of stylish men. Ask the best-dressed guy you know if he has a tailor. **I guarantee** he knows them by name and visits them at least once a month [McGoff 2023a].
- (2) For example, if you combine layering with great color combos and proper fit, **I can almost guarantee you'll be one of the best dressed men in any room. Actually, scratch that. I do guarantee** you will be one of the best dressed guys in any room [McGoff 2023a].
- (3) We all have flaws and nobody is perfect. But I can almost **guarantee** you that you can always find things to praise about yourself [Macapinlac 2019].
- (4) They (boots) might feel weird at first, but **I bet** they'll become the most worn pair of shoes in your closet [McGoff 2023a].
- (5) **I bet you anything you're going to elevate your mood afterwards.** We all have flaws and nobody is perfect [Macapinlac 2019].
- (6) When you think of cashmere, **I'll wager** there are three words that come to mind: soft, luxurious and expensive. All are accurate descriptions, yet the latter tends to be more than just a description — it's a barrier to entry as well [Sacawa 2018].

Обратимся к словарным дефинициям данных лексем:

To guarantee — to make it **certain** that something will happen or exist [Guarantee].

To bet — used for saying that you are **sure** about something [I bet].

To wager — used for saying that you are very **confident that something is true although you have no proof** [I'll wager].

Из данных определений следует, что ключевая сема вышеперечисленных лексем — уверенность и безапелляционность, коррелирующая с авторитарностью.

Еще одним выражением авторитарности и навязывания своего мнения аудитории являются модальные глаголы. Модальность, принадлежащая к числу основных категорий естественного языка и являющаяся языковой универсалией, позволяет говорящему не только выражать свое отношение к высказыванию и заключать в него необходимое значение, но и придавать ему убедительный характер. Модальные глаголы и лексико-грамматические формы выражения модальности являются эффективными инструментами реализации персуазивной и эмотивной функций языка [Лебедева, Романова 2018: 78].

В соответствии с традиционной классификацией, существует три базовых вида модальности суждений: деонтическая, динамическая и эпистемическая [Frawley

et al. 2006]. По мнению Ф. Р. Палмера, «деонтическая модальность включает такие значения, как долженствование и разрешение (языковые функции), в то время как динамическая модальность относится к возможностям и воле самого говорящего» [Palmer 2001: 9]. Эпистемическая модальность входит в структуру субъективной модальности и передает оценку знания говорящим возможности существования связи между объектом предикации и его признаком. Для побуждения собеседника к совершению того или иного действия говорящие часто прибегают к использованию деонтических модальных глаголов, выражающих долженствование или обязательство (obligation). Глаголы *should*, *ought to* и *need* обычно относят к слабому типу долженствования, а *must* и *have to* — к сильному [Silk 2017: 204].

- (7) If you've been wondering what to wear on a first date for drinks, **you should definitely consider** including a jacket [McGoff 2023b].

В данной диктете мужчина-автор употребляет в своей речи ряд лексем, отражающих его уверенность в своих убеждениях, безапелляционность и отсутствие иных верных вариантов. Модальный глагол *should* в сочетании с модализированным наречием *definitely* не оставляет читателю никаких вариантов — автор блога точно знает толк в подходящем образе для первого свидания.

- (8) This is how you **should** always be standing [TMM staff].  
(9) If you want a lot of bang for your buck, you **should** consider upgrading your shoes [McGoff 2023a].

Авторы употребляют модальный глагол *should*, тем самым уверяя читателя в верности своих слов — они однозначно являются экспертами в вопросе поз и обуви, придающих мужчине дополнительную уверенность и красоту в глазах окружающих.

- (10) You **need** to learn the necessary skills to help you reach your goals and demonstrate competence over and over again until you become competent [Macapinlac 2019].  
(11) Before you even think about your clothes, you **need** to think about your actual date situation [McGoff 2023b].

В данных примерах авторы используют модальный глагол *need*, давая таким образом адресату руководство к действию и указания, которые необходимы для достижения успеха и получения желаемого результата. Более того, пример (10) содержит в себе очевидную аллюзию на весьма популярный афоризм «fake it till you make it» (*demonstrate competence over and over again until you become competent*), отражающий собой достаточно авторитарный подход к реальности и реализации поставленных целей.

- (12) In this case, you **have to** know who you are, what you want and how to express yourself in different social situations [Macapinlac 2019].  
(13) You **have to** learn how to become more confident and social if you want to live a more fulfilling life [Macapinlac 2019].

В данных примерах авторы употребляют модальный глагол *have to*, выражающий сильный тип долженствования, тем самым иллюстрируя необходимость и вы-

нужденность адресата следовать определенным инструкциям и правилам жизни для достижения желаемого результата — стать уверенным в себе для успеха в различных жизненных ситуациях.

Форма побудительного наклонения также была выделена нами как один из способов манифестации авторитарности в речи. Авторитарность на коммуникативном уровне проявляется как в содержании информационного обмена (идеями, замыслами и др.) между людьми, так и в способах коммуникации, организации совместной деятельности. Она образует авторитарный контекст социального взаимодействия и его соответствующие формы, одной из которых, наряду с, например, манипуляцией, является императив [Меркель 2011: 12].

- (14) **I've said it before, and I'll say it again:** Tailoring is the secret weapon of stylish men. **Ask the best-dressed guy you know if he has a tailor. I guarantee** he knows them by name and visits them at least once a month [McGoff 2023a].

Форма побудительного наклонения глагола *to ask*, адресованная читателю, является прямым указанием — иди и узнай. Следующий за этим знаменательный глагол *to guarantee* свидетельствует о крайней степени уверенности автора в своей правоте. Использование видовременных форм Present Perfect и Future Indefinite — *I've said it before, and I'll say it again* наглядно иллюстрирует стабильность суждений автора, упорность и желание доказать свою правоту.

- (15) **Imagine** how good it feels when other people complement you [Macapinlac 2019].

В данном примере форма побудительного наклонения глагола *to imagine* является указанием к действиям для читателя — вообразить, представить себе приятные ощущения от комплиментов, которые можно получать, если следовать инструкции автора. Здесь имеет место манипулятивность, так как фантазирование о возможном результате в значительной степени побуждает адресата к совершению действий именно по сценарию автора.

- (16) **Get** yourself a pair of brown leather chukka boots [McGoff 2023a].

Форма побудительного наклонения глагола *to get* представляет собой команду для адресата — купить ботинки, которые будут являться стильным атрибутом и точно будут способствовать повышению успеха и внимания со стороны противоположного пола.

- (17) By far, the biggest style mistake men make is wearing clothes that don't fit and flatter their build. **Trust me on this one.** Oversized clothes used to be a huge problem for me! [McGoff 2023a].

Побудительное наклонение глагола *to trust* не оставляет адресату иного выбора кроме как довериться мнению автора-эксперта в выборе одежды. Более того, автор использует и другие техники манипулирования — упоминание собственного опыта, то есть наглядное подтверждение его слов и гарантию своей правоты, так как в противном случае автор не стал бы руководствоваться данными действиями сам.

На синтаксическом уровне авторитарность авторов-мужчин выражается посредством риторического подтверждения их мыслей. Одним из приемов диало-

гизации монологической речи выступает вопросно-ответный комплекс. Он представляет собой

структурно-семантическую целостность и состоит, как правило, из двух предложений. Его употребление соотносится с функцией автодиалогичности, поскольку говорящий сам отвечает на поставленный вопрос, имитируя диалог. Известно, что риторические вопросы служат целям экспрессии речи [Киянова 2018: 236–237].

Как отмечает Л. Р. Дускаева, «риторические вопросы усиливают диалогический тонус высказывания, иницируя эмоциональное воздействие. В результате эмоционально окрашенное высказывание интимизирует общение, вовлекая адресата в совместное размышление» [Дускаева 2011: 644].

- (18) **When you think about business attire, the first thing that comes to mind is most likely suit, tie, and lace up shoes. Am I right?** While there will always be a place for a suit and tie in a business environment, it's also possible to do business attire in a more laid-back manner [Sacawa 2020].
- (19) I think we can all agree when I say: You have to learn how to become more confident and social if you want to live a more fulfilling life. **Am I right?** [Macapinlac 2019].
- (20) **What if I told you there were some simple body language strategies that you can use to look powerful, confident, charismatic and mature — and actually believe it? Well there is** [TMM staff].
- (21) So, tell me if this sounds like you. You want a leather jacket but you haven't pulled the trigger yet because after trying several on, the *idea* of wearing a leather jacket feels better and more natural than when you're looking at yourself wearing one in the mirror. **Sound about right?** [Sacawa 2022].
- (22) **What if I told you that you could boost your confidence in just two minutes? You'd probably think I'm lying right? Well I'm not** [TMM staff].
- (23) What not to wear on a first date — SANDALS. This one's self-explanatory... **right?** [McGoff 2023b].

В приведенных выше диктемах авторы используют риторические вопросы с целью оказания на читателя персуазивного эффекта. Фактически автор не нуждается в том, чтобы читатель согласился с его позицией — он изначально уверен в ней. Но использование подобного рода конструкций заставляет читателя думать соответствующим образом, принять позицию автора, который не оставляет читателю иных вариантов.

Таким образом, нами был сделан вывод об авторитарности как ключевой характеристике текстов авторов-мужчин в дискурсе блогосферы. Авторитарность находит свое лингвистическое выражение посредством знаменательных глаголов со значением уверенности, модальных глаголов долженствования, формы побудительного наклонения глагола и модализированных наречий на лексическом уровне и риторических вопросов на синтаксическом уровне. Данные приемы используются для оказания персуазивного эффекта на читателя и навязывания своей точки зрения. Ключевые черты мужской речи остаются неизменными, нельзя утверждать о смягчении образа мужчины-доминанта, мужчины сохраняют свою главенствующую позицию, альтернативные модели поведения как таковые отсутствуют.

## Источники

- Guarantee — Macmillan dictionary. *Guarantee*. [https://www.macmillandictionary.com/dictionary/british/guarantee\\_1](https://www.macmillandictionary.com/dictionary/british/guarantee_1) (дата обращения: 15.03.2023).
- I bet — Macmillan dictionary. *I bet/I'll bet*. <https://www.macmillandictionary.com/dictionary/british/i-bet-i-ll-bet> (дата обращения: 15.03.2023).
- I'll wager — Macmillan dictionary. *I'll wager*. <https://www.macmillandictionary.com/dictionary/british/i-ll-wager> (дата обращения: 15.03.2023).
- McGoff 2023a — McGoff Br. *How to dress well: 10 basic style tips for men in 2023*. <https://www.themodestman.com/how-to-dress-well/> (дата обращения: 18.03.2023).
- McGoff 2023b — McGoff Br. *What to wear on a first date for men (2023 guide)*. <https://www.themodestman.com/what-to-wear-on-first-date/> (дата обращения: 01.04.2023).
- Macapinlac 2019 — Macapinlac M. *7 tips to become for confident and social*. <https://www.themodestman.com/become-confident/> (дата обращения: 05.02.2023).
- Sacawa 2018 — Sacawa B. *Luca Faloni: High-quality cashmere at an affordable price*. <https://hespokestyle.com/luca-faloni-review/> (дата обращения: 06.03.2023).
- Sacawa 2020 — Sacawa B. *How to do a "relaxed business" this fall*. <https://hespokestyle.com/relaxed-business-attire-mens-outfit-ideas/> (дата обращения: 15.01.2023).
- Sacawa 2022 — Sacawa B. *A perfect first (and only) leather jacket*. <https://hespokestyle.com/brown-leather-jacket-outfit-men-2022/> (дата обращения: 28.01.2023).
- TMM staff — TMM staff. *5 body language tips to boost confidence instantly (regardless of your height)*. <https://www.themodestman.com/body-language-tips/> (дата обращения: 28.12.2022).

## Словари

- Ивин 2004 — Ивин А. А. (ред.). *Философия: Энциклопедический словарь*. М.: Гардарики, 2004.

## Литература

- Блох 2013 — Блох М. Я. Текст в динамике становления и его семь жизней. *Язык. Культура. Речевое общение*. 2013, (3): 5–9.
- Григорян, Четверикова 2021 — Григорян А. А., Четверикова В. Н. Отражение гендерных особенностей речевого поведения детей на разных уровнях языковой системы. *Верхневолжский филологический вестник*. 2021, 3 (26): 146–150.
- Демьяненко 2018 — Демьяненко К. В. Журналистика и блогосфера в социокультурном информационном пространстве. *Молодой ученый*. 2018, 49 (235): 201–203.
- Демьянков 2005 — Демьянков В. З. Текст и дискурс как термины и как слова обыденного языка. В сб.: *Язык. Личность. Текст: сб. ст. к 70-летию Т. М. Николаевой*. Топоров В. Н. (ред.). М.: Языки славянских культур, 2005. С. 34–55.
- Дускаева 2011 — Дускаева Л. Р. Язык и стиль электронных СМИ. В кн.: *Стилистический энциклопедический словарь русского языка*. Кожина М. Н. (ред.). М.: Флинта: Наука, 2011. С. 643–647.
- Земская и др. 2004 — Земская Е. А., Китайгородская М. А., Розанова Н. Н. Особенности мужской и женской речи. В кн.: Земская Е. А. *Язык как деятельность. Морфема. Слово. Речь*. Земская Е. А. (ред.). М.: Языки славянской культуры, 2004. С. 429–492.
- Каратышова 2015 — Каратышова М. А. Репрезентация мужского доминирования в речевом поведении. *Концепт*. 2015, (S26): 16–20.
- Кирилина 2005 — Кирилина А. В. *Гендер и язык*. М.: Языки славянской культуры, 2005.
- Киселева 2016 — Киселева А. В. Специфика маскулинного коммуникативного поведения в ситуациях изменения социального статуса. *Известия Воронежского государственного педагогического университета*. 2016, 4 (273): 158–164.
- Киянова 2018 — Киянова К. А. Приемы диалогизации политической публичной речи (на материале публичных выступлений Ангелы Меркель). *Вестник Костромского государственного университета*. 2018, (3): 235–239.

- Лебедева, Романова 2018 — Лебедева И. С., Романова И. Д. Модальные глаголы как средство воздействия в персональном и институциональном дискурсе. *Вестник Московского государственного лингвистического университета. Гуманитарные науки*. 2018, 15 (810): 77–87.
- Меркель 2011 — Меркель Р. В. *Взаимосвязь авторитарности с регулятивными и коммуникативными свойствами личности*. Автореф. дис. ... канд. психол. наук. Казань, 2011.
- Пак 2021 — Пак Л. Е. Гендер в дискурсивном анализе стратегий речевого поведения в рамках спортивного дискурса США и России. *Балтийский гуманитарный журнал*. 2021, 3 (36): 327–330.
- Попова 2008 — Попова Т. Г. К вопросу о гендерных исследованиях. В сб.: *Человек говорящий и пишущий: м-лы междунар. конф. (14–16 февраля 2008 г.)*. М., 2008. С. 232–241.
- Рахвалова 2010 — Рахвалова Н. А. Блогосфера как средство самовыражения молодого человека. *Вестник Бурятского государственного университета*. 2010, (14): 91–95.
- Сапун, Куликова 2019 — Сапун Т. В., Куликова Л. В. Дискурсивная репрезентация авторитарности в академической коммуникации. *Экология языка и коммуникативная практика*. 2019, (2): 57–66.
- Степыкин, Медведева 2022 — Степыкин Н. И., Медведева А. А. Теория речевой деятельности: гендерный аспект изучения речевого действия. В сб.: *Язык, культура, ментальность: проблемы и перспективы филологических исследований*. Курск: Юго-Зап. гос. ун-т. С. 258–263.
- Стернин 2001 — Стернин И. А. *Общение с мужчинами и женщинами*. Воронеж: Истоки, 2001.
- Фромм 1989 — Фромм Э. *Бегство от свободы*. Гуревич П. С. (пер. с англ.). М.: Прогресс, 1989.
- Шестопап 2002 — Шестопап Е. Б. *Политическая психология*. М.: Инфра-М, 2002.
- Altemeyer 1981 — Altemeyer B. *Right-wing authoritarianism*. Winnipeg: University of Manitoba Press, 1981.
- Altemeyer 1996 — Altemeyer B. *Authoritarian Specter*. Cambridge: Harvard University Press, 1996.
- Cameron 2003 — Cameron D. *Gender and Language Ideologies*. Oxford: Blackwell, 2003.
- Frawley et al. 2006 — Frawley W., Eschenroeder E., Mills S., Thao Nguyen. *The expression of modality*. Berlin; New York: Mouton de Gruyter, 2006.
- Goddard, Patterson 2000 — Goddard A., Patterson L. M. *Language and Gender*. London: Routledge, 2000.
- Palmer 2001 — Palmer F. R. *Mood and Modality*. Cambridge: Cambridge University Press, 2001.
- Park et al. 2016 — Park G., Yaden D. B., Schwartz H. A., Kern M. L., Eichstaedt J. C., Kosinski M., Stillwell D., Ungar L. H., Seligman M. E. P. Women are warmer but no less assertive than men: Gender and language on Facebook\*. *PLOS ONE*. 2016, 11 (5): 1–26.
- Silk 2017 — Silk A. Weak and Strong Necessity Modals or: On linguistic means of expressing “a primitive concept ought”. *Meaning, decision, and norms: themes from the work of Allan Gibbard*. Dunaway B., Plunkett D. (eds). USA: Michigan Publishing, 2022. P. 203–245.

Статья поступила в редакцию 16 мая 2023 г.  
Статья рекомендована к печати 14 мая 2024 г.

*Denis A. Ivasik*

Moscow Pedagogical State University,  
88, pr. Vernadskogo, Moscow, 119571, Russia  
<https://orcid.org/0009-0004-9104-534X>  
[da.ivasik@mpgu.su](mailto:da.ivasik@mpgu.su)

### **On gender features in speech: Dominance as a characteristic of male speech (based on the texts of English lifestyle-blogs)**

**For citation:** Ivasik D. A. On gender features in speech: Dominance as a characteristic of male speech (based on the texts of English lifestyle-blogs). *Vestnik of Saint Petersburg University. Language and Literature*. 2024, 21 (3): 689–700. <https://doi.org/10.21638/spbu09.2024.310> (In Russian)

\* The product of the Meta company, whose activities are recognized as extremist in the Russian Federation.

The article is devoted to dominance as a key characteristic of male speech. Dominance in communication is due to the primacy of men in social life, the leading role of men is transferred into speech interaction as well. The aim of the work is to identify linguistic means of expressing dominance used most frequently by male authors when writing texts in lifestyle blogs, their analysis and systematization. The research material comprised the texts written by men and published in English lifestyle-blogs. The gender aspect in speech is the subject of research in the works of many outstanding scientists, but the analysis of this aspect on the material of the texts of blogs which can be defined as one of the key phenomena of the 21<sup>st</sup> century determines the novelty of this particular work and the author's personal contribution to the problem. This choice of research material allowed the author to draw relevant conclusions about the characteristic features of male speech and determine the status of "dominance" as one of its key features. The author came to the conclusion that dominance is expressed linguistically with the help of notional verbs with the meaning of persuasion, modal verbs, the imperative of the verb and adverbs expressing modality on the lexical level and rhetorical questions on the syntactic level. These techniques are used by male authors to have an impact on the reader and impose their point of view. The maintenance of men's dominant position in communication remains unchanged despite modern trends, there is no softening or emergence of alternative models of speech behavior on the part of men.

*Keywords:* dominance, gender, blog, male speech.

## References

- Блох 2013 — Blokh M. Ia. The text in the dynamics of its formation and its seven lives. *Iazyk. Kul'tura. Rechevoe obshchenie*. 2013, (3): 5–9. (In Russian)
- Григорян, Четверикова 2021 — Grigorian A. A., Chetverikova V. N. Gender aspects of children's speech behavior at different levels of the language system. *Verkhnevolzhskii filologicheskii vestnik*. 2021, 3 (26): 146–150. (In Russian)
- Демьяненко 2018 — Dem'ianenko K. V. Journalism and the blogosphere in the socio-cultural information space. *Molodoi uchenyi*. 2018, 49 (235): 201–203. (In Russian)
- Демьянков 2005 — Dem'iankov V. Z. Text and discourse as terms and as words of everyday language. In: *Iazyk. Lichnost'. Tekst: sbornik statey k 70-letiiu T. M. Nikolaevoi*. Moscow: Iazyki slavianskikh kul'tur Publ., 2005. P. 34–55. (In Russian)
- Дускаева 2011 — Duskaeva L. R. Language and style of electronic media. In: *Stilisticheskii entsyklopedicheskii slovar' russkogo yazika*. Moscow: Flinta Publ.; Nauka Publ., 2011. P. 643–647. (In Russian)
- Земская и др. 2004 — Zemskaja E. A., Kitaigorodskaja M. A., Rozanova N. N. Features of male and female speech. In: Zemskaja E. A. *Iazyk kak deiatel'nost'. Morfema. Slovo. Rech'*. Moscow: Iazyki slavianskoi kul'tury Publ., 2004. P. 429–492. (In Russian)
- Каратышова 2015 — Karatyshova M. A. Representation of male dominance in speech. *Kontsept*. 2015, (S26): 16–20. (In Russian)
- Кирилина 2005 — Kirilina A. V. *Gender and language*. Moscow: Iazyki slavianskoi kul'tury Publ., 2005. (In Russian)
- Киселева 2016 — Kiseleva A. V. The peculiarity of masculine communicative behavior in situations of social status changing. *Izvestiia Voronezhskogo gosudarstvennogo pedagogicheskogo universiteta*. 2016, 4 (273): 158–164. (In Russian)
- Киянова 2018 — Kiianova K. A. Methods of dialogization of political public speech (based on public speeches by Angela Merkel). *Vestnik Kostromskogo gosudarstvennogo universiteta*. 2018, (3): 235–239. (In Russian)
- Лебедева, Романова 2018 — Lebedeva I. S., Romanova I. D. Modal verbs as a means of influence in personal and individual discourse. *Vestnik Moskovskogo gosudarstvennogo lingvisticheskogo universiteta. Gumanitarnye nauki*. 2018, 15 (810): 77–87. (In Russian)
- Меркель 2011 — Merkel' R. V. *The relationship of dominance with the regulatory and communicative properties of personality*. Abstract of the Thesis for PhD in Philological Sciences. Kazan, 2011. (In Russian)

- Пак 2021 — Pak L. E. Gender in discursive analysis of speech behavior strategies of sports discourse of USA and Russia. *Balti'skii gumanitarnyi zhurnal*. 2021, 3 (36): 327–330. (In Russian)
- Попова 2008 — Popova T. G. On the issue of gender studies. In: *Chelovek govoriashchii i pishushchii: materialy mezhdunarodnoi konferentsii (14–16 fevralia 2008 g.)*. Moscow, 2008. P. 232–241. (In Russian)
- Рахвалова 2010 — Rakhvalova N. A. The blogosphere as a means of self-expression of a young person. *Vestnik Buriatskogo gosudarstvennogo universiteta*. 2010, (14): 91–95. (In Russian)
- Сапун, Куликова 2019 — Sapun T. V., Kulikova L. V. Discursive representation of dominance in academic communication. *Ekologiia iazyka i kommunikativnaia praktika*. 2019, (2): 57–66. (In Russian)
- Степыкин, Медведева 2022 — Stepykin N. I., Medvedeva A. A. Theory of speech activity: gender aspect in speech studying. In: *Iazyk, kul'tura, mental'nost': problemy i perspektivy philologicheskikh issledovaniy*. Kursk: Iugo-Zapadnyi gosudarstvennyi universitet Publ. P. 258–263. (In Russian)
- Стернин 2001 — Sternin I. A. *Communication with men and women*. Voronezh: Istoki Publ., 2001. (In Russian)
- Фромм 1989 — Fromm E. *Escape from freedom*. Gurevich P. S. (transl. from English). Moscow: Progress Publ., 1989. (In Russian)
- Шестопал 2002 — Shestopal E. B. *Political psychology*. Moscow: Infra-M Publ., 2002. (In Russian)
- Altemeyer 1981 — Altemeyer B. *Right-wing authoritarianism*. Winnipeg: University of Manitoba Press, 1981.
- Altemeyer 1996 — Altemeyer B. *Authoritarian Specter*. Cambridge: Harvard University Press, 1996.
- Cameron 2003 — Cameron D. *Gender and Language Ideologies*. Oxford: Blackwell, 2003.
- Frawley et al. 2006 — Frawley W., Eschenroeder E., Mills S., Thao Nguyen. *The expression of modality*. Berlin; New York: Mouton de Gruyter, 2006.
- Goddard, Patterson 2000 — Goddard A., Patterson L. M. *Language and Gender*. London: Routledge, 2000.
- Palmer 2001 — Palmer F. R. *Mood and Modality*. Cambridge: Cambridge University Press, 2001.
- Park et al. 2016 — Park G., Yaden D. B., Schwartz H. A., Kern M. L., Eichstaedt J. C., Kosinski M., Stillwell D., Ungar L. H., Seligman M. E. P. Women are warmer but no less assertive than men: Gender and language on Facebook\*. *PLOS ONE*. 2016, 11 (5): 1–26.
- Silk 2017 — Silk A. Weak and Strong Necessity Modals or: On linguistic means of expressing “a primitive concept ought”. *Meaning, decision, and norms: themes from the work of Allan Gibbard*. Dunaway B., Plunkett D. (eds). USA: Michigan Publishing, 2022. P. 203–245.

Received: May 16, 2023

Accepted: May 14, 2024

---

\* The product of the Meta company, whose activities are recognized as extremist in the Russian Federation.