

Федеральное государственное бюджетное образовательное
учреждение высшего образования
«Челябинский государственный университет»

На правах рукописи



ЗАМЫШЛЯЕВА Юлия Сергеевна

**ФУНКЦИОНИРОВАНИЕ ФЕМИНИТИВОВ
В СОВРЕМЕННОЙ КОММУНИКАЦИИ:
ПРАГМАТИЧЕСКИЙ И СТИЛИСТИЧЕСКИЙ АСПЕКТЫ**

Специальность 5.9.8. Теоретическая, прикладная
и сравнительно-сопоставительная лингвистика

Диссертация
на соискание ученой степени
кандидата филологических наук

Научный руководитель:
Воронцова Татьяна Александровна,
доктор филологических наук, профессор

Челябинск – 2023

ОГЛАВЛЕНИЕ

ВВЕДЕНИЕ.....	4
ГЛАВА 1. ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ ИЗУЧЕНИЯ ФЕМИНИТИВОВ В СОВРЕМЕННОЙ ЛИНГВИСТИКЕ	14
1.1. Феминитив как лингвистический термин.....	14
1.2. Изучение феминитивов в отечественной лингвистике	20
1.2.1. История изучения феминитивов в русистике XX века	20
1.2.2. Основные аспекты исследования феминитивов в современной лингвистике	23
1.2.2.1. Синхронический аспект исследования феминитивов	23
1.2.2.2. Диахронический аспект изучения феминитивов	29
1.2.2.3. Причины активизации феминитивов в современном языке (по данным лингвистических исследований).....	35
1.3. Функционирование феминитивов в контексте современной языковой ситуации	39
1.3.1. Языковая ситуация конца XX – начала XXI века и тенденции развития коммуникации	39
1.3.2. Функционирование феминитивов в других европейских языках.....	45
1.3.2.1. Функционирование феминитивов в славянских языках	45
1.3.2.2. Функционирование феминитивов в романо-германских языках.....	48
1.3.2.3. Обозначение лиц женского пола в смешанных группах	56
Выводы по главе 1	60
ГЛАВА 2. ФУНКЦИОНИРОВАНИЕ ФЕМИНИТИВОВ В НЕФОРМАЛЬНОЙ ИНТЕРНЕТ-КОММУНИКАЦИИ.....	63
2.1. Дискурсивная специфика интернет-коммуникации.....	63
2.2. Лингвистические исследования феминитивов в сети Интернет.....	68
2.3. Функционирование феминитивов в интернет-дискурсе.....	71
2.3.1. Основные тенденции употребления феминитивов в интернет-коммуникации.....	71

2.3.2. Использование феминитивов для профессиональной самопрезентации в социальных сетях.....	79
2.3.3. Феминитивы-неологизмы как фактор активизации лингвистического мышления.....	90
Выводы по главе 2.....	99
ГЛАВА 3. ФУНКЦИОНИРОВАНИЕ ФЕМИНИТИВОВ В СОВРЕМЕННЫХ СМИ.....	101
3.1. Особенности современного медиадискурса.....	101
3.2. Основные тенденции функционирования феминитивов в СМИ (обзор исследований).....	104
3.3. Феминитивы как средство гендерной идентификации в заголовках СМИ.....	106
3.4. Феминитивы-неологизмы в лексико-семантических группах с регулярной гендерной дифференциацией.....	116
3.5. Стилистические функции феминитивов в современных СМИ.....	130
Выводы по главе 3.....	136
ЗАКЛЮЧЕНИЕ.....	139
СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ.....	142
ПРИЛОЖЕНИЕ.....	172

ВВЕДЕНИЕ

Настоящее исследование посвящено прагматическим и стилистическим аспектам функционирования феминитивов в речевой коммуникации, а именно в сфере неформального интернет-общения и в медиадискурсе. Работа выполнена на материале русского языка как одного из развитых индоевропейских языков, последовательно отражающих значимые явления и тенденции в современном коммуникативном пространстве.

Под термином *феминитивы* в лингвистике понимается лексико-семантическая группа слов, обозначающих лиц женского пола по профессиональной, социальной, религиозной и иной принадлежности¹ [Беркутова, Лукина, Гурова и др.]. Исходя из того, что «важнейшей характеристикой языка как коммуникативного феномена является его органическая встроенность в ситуацию общения» [Карасик, 2009, с. 262], функционирование языковых единиц в различных сферах коммуникации обусловлено как экстралингвистическими, так и внутриязыковыми факторами (характеристиками языковых единиц). Для определения коммуникативной сферы функционирования феминитивов важно, что значительная часть данной лексико-семантической группы либо находится за пределами литературного языка (не входит в академические толковые словари), либо маркирована в словарях как разговорная лексика. Отсюда следует, что данные единицы имеют ограниченное употребление в официально-деловой и научной коммуникации. В устном разговорном дискурсе феминитивы не отличаются высокой активностью в силу того, что их тематическая специфика (наименование профессий, социальных ролей, религиозной принадлежности и др.) не предполагает широкого использования в повседневном бытовом общении, что существенно ограничивает возможность сбора эмпирического материала методом внешнего наблюдения. Художественный дискурс как сфера современной

¹ Границы данной лексико-семантической группы варьируются в работах разных авторов.

коммуникации применительно к проблеме нашего исследования не рассматривался, поскольку употребление тех или иных языковых единиц в данном типе дискурса обусловлено художественными задачами и требует соответствующих принципов анализа материала [СЭСРЯ, 2003, с. 598-599].

Как показал анализ эмпирических данных, в современной коммуникации феминитивы широко представлены в двух типах дискурса – неформальном интернет-общении и массмедийном дискурсе, следовательно, изучение функционирования феминитивов в речевом взаимодействии (коммуникации) настоящего времени целесообразно вести в рамках данных дискурсов. Именно эти типы дискурса характеризуются высокой степенью динамичности языковых явлений под влиянием различных экстралингвистических факторов (социальных, политических, культурных, географических). Начало XXI века характеризуется возникновением целого ряда новых явлений в языке, требующих тщательного и многоаспектного лингвистического анализа. Одной из отчетливых тенденций, распространению которой способствуют массмедиа и интернет-коммуникация, является использование феминитивов.

Степень научной разработанности проблемы. Интерес лингвистов к изучению номинаций женщин по роду деятельности в русском и других языках отмечен с середины XX века, при этом в центре внимания исследователей находились словообразовательные аспекты. В настоящее время вопросам словообразования феминитивов по-прежнему уделяется много внимания (Н. А. Алкнист, Р. Р. Гузаерова, В. А. Косова, М. Е. Секерина, Ю. Г. Захарова). Так, установлено, что большая часть подобных единиц образована путем прибавления аффикса к форме мужского рода. К продуктивным суффиксам в русском языке относят *-к(а)*, *-ниц(а)*, *-щиц(а)*, *-ин(я)*, *-иц(а)*. Особое внимание уделяется образованиям с суффиксами *-ш(а)* и *-их(а)*, поскольку ранее феминитивы с этими суффиксами имели разговорно-просторечную окраску и выражали значение «жена лица, обозначенного соотносительным наименованием» (*генеральша* –

жена генерала, кузнечиха – жена кузнеца). В настоящее время большинство исследователей считают, что лексемы такого рода утратили прежнее значение, а суффикс *-ш(a)* является наиболее продуктивным для образования феминитивов-неологизмов от заимствованных слов (*блогер – блогерша*) [Саватеева, 2008; Беркутова, 2019; Антонова, 2020].

Другим важным направлением исследований является история функционирования феминитивов и анализ причин их возникновения и активизации в языке (В. В. Беркутова, М. А. Кирсанова, И. В. Кулик, А. С. Прохорова, Т. В. Федотова). Исследования показывают, что феминитивы с разной степенью активности функционировали в различные исторические периоды, т.е. они не являются исключительно достоянием современной коммуникации. Главной причиной актуализации феминитивов ряд ученых считают экстралингвистические факторы [Скляр, 2019; Пронина, 2019]. Активизацию использования феминитивов в настоящее время связывают с андроцентризмом – гендерной асимметрией, ситуацией, при которой язык ориентирован прежде всего на лиц мужского пола [Виноградов, 1947; Секерина, Захарова, 2017].

Отдельный пласт работ лингвистов посвящен проблеме использования феминитивов в рамках интернет-общения и медиадискурса (Ю. Г. Захарова, Н. С. Самойленко, М. Е. Секерина, А. А. Стекленева, Е. А. Челак). В подобных исследованиях рассматриваются случаи употребления феминитивов-неологизмов, но не устанавливаются их функции в речи.

Анализ степени изученности проблемы показал, что прагматический и стилистический аспекты функционирования феминитивов не являлись предметом специального изучения. **Актуальность** исследования, таким образом, обусловлена активностью функционирования феминитивов в современной коммуникации в русском и ряде других языков и недостаточной изученностью их дискурсивных, прагматических и стилистических характеристик в речевом взаимодействии. Постоянное изменение и развитие современной коммуникативной среды, а также все более активное

употребление феминитивов обуславливают необходимость многостороннего изучения данной лексико-семантической группы.

Объект исследования – феминитивы, представленные в неформальном интернет-дискурсе и медиадискурсе.

Предметом исследования выступают прагматический и стилистический аспекты функционирования феминитивов в современной коммуникации.

Цель работы – выявить прагматическую и стилистическую специфику функционирования феминитивов в неформальном интернет-дискурсе и медиадискурсе.

Для достижения поставленной цели потребовалось решение следующих **задач**:

1) проанализировать дефиниции понятия «феминитив», определить его основные характеристики; уточнить границы лексико-семантической группы, обозначенной данным термином;

2) рассмотреть основные аспекты изучения феминитивов в лингвистических исследованиях;

3) выявить тенденции, характерные для современной языковой ситуации, а также изменения в области языковой и речевой нормы, способствующие активизации феминитивов;

4) на основе анализа исследований феминитивов в европейских (славянских и романо-германских) языках определить значимость фактора гендерной дифференциации для носителей разных языков и культур, выявить универсальные и культурно-специфичные тенденции развития феминитивов;

5) определить прагматическую и стилистическую специфику употребления феминитивов в неформальной интернет-коммуникации;

6) проанализировать функционирование феминитивов в медиадискурсе и выявить коммуникативно-прагматические и стилистические особенности их употребления в данном типе дискурса.

Материалом для исследования послужили примеры использования феминитивов в рамках неформальной интернет-коммуникации на русском языке (комментарии и посты в социальных сетях, названия аккаунтов пользователей, обсуждения и отзывы на форумах) и в медиадискурсе (заголовки и тексты статей в российских СМИ) за период 2002–2023 гг. Корпус выборки составил более 1200 лексических единиц. В качестве материала использованы также данные Национального корпуса русского языка (НКРЯ), в частности газетного корпуса и корпуса «Социальные сети».

Гипотеза исследования. Активизация феминитивов в современном языковом пространстве обусловлена изменениями в дискурсивной и стилистической структуре языка и коммуникативно-прагматическими потребностями носителей языка.

Теоретическую базу исследования составили работы по прагмалингвистике (Н. Д. Арутюнова, Е. В. Падучева, И. А. Стернин), теории коммуникации (Т. Г. Винокур, В. И. Карасик, О. Я. Гойхман, Е. В. Ключев, Т. М. Надеина), теории нормы (Б. Гавранек, Л. П. Крысин, Г. А. Копнина), стилистике (Т. А. Воронцова, Г. Я. Солганик, Д. Э. Розенталь), интернет-дискурсу (Е. В. Вересовая, Е. Н. Галичкина, О. В. Лутовинова), массмедийному дискурсу (В. Г. Костомаров, С. И. Сметанина, Г. Я. Солганик), феминитивам и особенностям их словообразования (Ю. С. Азарх, В. В. Беркутова, Р. Р. Гузаерова, О. Л. Дмитриева, Ю. Г. Захарова, Е. А. Земская, И. Ф. Протченко, Е. В. Пугачева, Н. С. Самойленко, А. А. Стекленева, М. Е. Секерина, Е. А. Челак, Н. М. Шанский, А. Л. Шарандин, Н. А. Янко-Триницкая).

Методы исследования. В работе применены общенаучные методы анализа и синтеза, а также лингвистические методы: метод коммуникативно-прагматического анализа, позволивший выявить коммуникативные сферы функционирования исследуемой лексико-семантической группы, ключевые целеустановки коммуникантов, которые обусловили выбор данных языковых средств, и определить функциональную специфику употребления

феминитивов в разных типах дискурса; метод стилистического анализа, применение которого дало возможность определить стилистический потенциал феминитивов (функционально-стилистический статус и дополнительные коннотации), благодаря которому коммуниканты решали прагматические задачи в процессе речевого взаимодействия; методы контекстуально-семантического и сравнительного анализа, на основе которых сопоставлялось употребление феминитивов в различных типах дискурса (неформальная интернет-коммуникация и дискурс СМИ).

Научная новизна исследования заключается в том, что в работе впервые: 1) предпринят коммуникативно-прагматический анализ феминитивов; 2) определен их прагматический и стилистический потенциал в двух типах современного дискурса: неформальной интернет-коммуникации и медиадискурсе; 3) выявлены и обоснованы экстралингвистические и интерлингвистические причины активизации феминитивов в современном коммуникативном пространстве; 4) определены основные тематические группы феминитивов-неологизмов в русском языке; 5) установлены возможные причины активизации феминитивов в данных группах; 6) выявлены тематические группы, для которых характерна гендерная дифференция.

Теоретическая значимость исследования обусловлена разработкой проблемы функционирования феминитивов в современной коммуникации: полученные результаты позволяют углубить научные представления о прагматических функциях и стилистических особенностях феминитивов в рамках формального и неформального общения, определить потенциал закрепления феминитивов-неологизмов в словарном составе языка. Данная работа вносит вклад в исследование теоретических вопросов речевой коммуникации, стилистики и дискурсологии.

Практическая значимость исследования заключается в том, что его результаты могут быть востребованы в процессе преподавания учебных дисциплин, освещающих проблемы речевой коммуникации, интернет-

лингвистики, стилистики русского языка и лексикологии. Кроме того, материал, представленный в работе, может быть полезен для журналистов и специалистов, работающих в сфере PR-коммуникации.

Положения, выносимые на защиту:

1. Термин *феминитив* широко используется в современных лингвистических исследованиях наряду с менее частотными наименованиями *феминатив* и *феминутив*. Несмотря на отсутствие в лингвистических словарях, данный термин отвечает требованиям терминосистемы и имеет реальный шанс закрепиться в лингвистической терминологии. В связи с необходимостью определить границы соответствующей лексико-семантической группы под термином «феминитив» целесообразно понимать обозначение лиц женского пола по роду деятельности, социальному статусу и социальной роли.

2. Языковая ситуация и процессы, происходящие в коллективном коммуникативном пространстве, являются значимым фактором, влияющим на функционирование феминитивов. Сопоставление с лексикографическими данными второй половины XX века свидетельствует о том, что речевая практика употребления феминитивов в настоящее время находится в определенном противоречии с требованиями языковой нормы (использование существительных мужского рода в обобщенном значении). Это, в свою очередь, позволяет говорить о коммуникативной востребованности феминитивов для носителей русского языка. Изменение языковой ситуации на рубеже XX–XXI веков (языковые процессы демократизации, орализации и др.) и, как следствие, изменение нормативных установок способствовало активизации в коммуникативном пространстве языковых и речевых единиц, ранее находившихся за границами нормы, в том числе феминитивов.

3. Как показывают лингвистические исследования, для большинства европейских языков дифференциация наименований лиц по гендерному признаку является значимой. В ряде славянских и романо-германских языков

(кроме английского) наблюдается увеличение числа феминитивов, обусловленное расширением функций разговорной речи (орализацией) и возрастанием роли диалогической коммуникации. Все это позволяет говорить о том, что основные тенденции функционирования феминитивов являются универсальными как для славянских, включая русский язык, так и для романо-германских языков.

4. Феминитивы широко используются в неформальной интернет-коммуникации, поскольку данный тип речевого взаимодействия способствует словотворчеству коммуникантов и появлению большого числа неологизмов. Феминитивы-неологизмы представлены здесь двумя группами: (1) лексемами, образованными от названий профессий и видов деятельности, относительно недавно вошедших в язык, и (2) лексемами, обозначающими женщин в тех сферах, где для номинации профессионального деятеля обоих полов традиционно употреблялась форма мужского рода в обобщенном значении. Первая группа неологизмов используется с целью реализации прагматической функции обозначения лица по полу. Неологизмы второй группы употребляются для нарочитого противопоставления номинациям мужского рода и указания на гендер в сферах, актуальных для коммуниканта, а также в качестве стилистического приема «игры на понижение». Кроме того, феминитивы активно применяются для профессиональной самопрезентации пользователей в тех сферах профессиональной деятельности, где для носителей языка важен пол специалиста.

5. Активизация употребления феминитивов в медиадискурсе обусловлена процессами орализации и диалогизации, благодаря которым в тексты СМИ активно проникают разговорные и просторечные формы, в том числе феминитивы. Ключевыми функциями использования таких образований являются гендерная дифференциация, позволяющая избежать искажения передаваемой информации, и привлечение внимания читателей. На регулярной основе феминитивы употребляются в медиадискурсе для номинации спортсменов (по названию вида спорта) и музыкантов (по

названию музыкального инструмента). Указанные тематические группы пополняются стилистически немаркированными феминитивами-неологизмами, которые реализуют прагматическую функцию гендерной дифференциации. Наряду с этим феминитивы могут использоваться в медиадискурсе для реализации ряда стилистических приемов (языковая игра, ирония, контраст, цитация), что помогает автору выразить отношение к описываемому событию или явлению.

Апробация работы. Основные положения диссертационного исследования были представлены в виде докладов и сообщений на международных научных и научно-практических конференциях: «MEDIAОбразование: медиа как тотальная повседневность» (Челябинск, 2020 г.), «Пользовательский контент в современной коммуникации» (Челябинск, 2021 г.), «MEDIAОБРАЗОВАНИЕ: медиавключенность vs медиаизоляция» (Челябинск, 2021 г.), «Филологические и социокультурные вопросы науки и образования» (Краснодар, 2021 г.), «Слово, высказывание, текст в когнитивном, прагматическом и культурологическом аспектах» (Челябинск, 2022 г.), III Казанский международный лингвистический саммит «Современная лингвистика: от теории к практике» (Казань, 2022 г.), «Актуальные проблемы современного языкознания и методики преподавания языков» (Челябинск, 2023 г.).

Содержание диссертации отражено в 11 публикациях автора, в том числе в трех статьях в научных рецензируемых журналах и изданиях, рекомендованных ВАК Минобрнауки России.

Структура работы. Исследование состоит из введения, трех глав, заключения, списка использованной литературы и приложения.

Первая глава посвящена постановке научной проблемы, анализу существующих исследований феминитивов в русском и других языках, рассмотрению сходных и противоположных лингвистических тенденций в современных европейских языках (славянских и романо-германских).

Во второй главе рассматриваются особенности интернет-дискурса, способствующие активизации феминитивов, выявляются тенденции их употребления в сети Интернет в целом и особенности функционирования в рамках неформального общения. Отдельное внимание уделяется использованию феминитивов в качестве инструмента профессиональной самопрезентации в социальных сетях.

В третьей главе выделяются ключевые прагматические функции использования феминитивов в современных СМИ. Выявлены стилистические приемы, для реализации которых авторы прибегают к употреблению феминитивов в медиатекстах. Определены тематические группы с регулярной гендерной дифференциацией в медиадискурсе.

В заключении подводятся основные итоги проведенного исследования, обобщаются его результаты и намечаются перспективы дальнейшего изучения феминитивов.

Приложение содержит примеры функционирования феминитивов в исследуемых типах дискурса. Приведенные контексты распределены по группам в зависимости от принадлежности феминитивов к категории гендерно-маркированных наименований, связанных с IT-сферой или другими относительно новыми областями деятельности либо появившихся в дополнение к известным ранее обобщенным обозначениям лиц по профессии и роду деятельности.

ГЛАВА 1. ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ ИЗУЧЕНИЯ ФЕМИНИТИВОВ В СОВРЕМЕННОЙ ЛИНГВИСТИКЕ

1.1. Феминитив как лингвистический термин

Интерес к изучению слов, используемых для номинации женщин по роду деятельности зародился в середине XX века. В связи с отсутствием в отечественной лингвистике однословного термина для обозначения данной лексико-семантической группы исследователи использовали такие сочетания, как «наименования лиц женского пола» [Янко-Триницкая, 1966; Еременко, 1998], «имена существительные женского рода – названия лиц» [Протченко, 1955], «женские наименования лица по роду деятельности» [Голованова, 2004а] и др.

В английском языке разграничиваются *gender-neutral job titles* (гендерно-нейтральные профессиональные наименования) и *gender-specific job titles* (гендерно-специфичные профессиональные номинации). Во французском и испанском языках нет термина, используемого для обозначения данной лексико-семантической группы, здесь используются описательные конструкции (например, *une forme féminine* ‘форма женского рода’ – во французском языке; *la forma femenina* – в испанском).

Рост интереса к проблеме феминитивов побуждает к поиску более удобного и краткого термина для обозначения данной лексико-семантической группы. В настоящее время в работах российских исследователей представлено три варианта термина – *феминитив*, *феминатив* и *феминутив*. Все они отсутствуют в лингвистических терминологических словарях. Ни один из этих вариантов не зафиксирован ни в «Кратком словаре лингвистических терминов» [КСЛТ, 2003], ни в «Лингвистическом энциклопедическом словаре» [ЛЭС, 1990], ни в «Словаре лингвистических терминов и понятий» [СЛТиП, 2016].

Наименее частотным является термин *феминутив*. В трудах, размещенных в Научной электронной библиотеке eLibrary, нами обнаружено лишь две статьи с использованием данного варианта термина.

Определенные разногласия вызывает вопрос о корректности использования терминов *феминатив* или *феминитив*. Оба наименования регулярно употребляются исследователями, причем иногда эти термины даются через запятую или одно из них указано в скобках для пояснения другого. Ср.:

Феминитивы (феминативы) в настоящее время являются одной из активно обсуждаемых лексико-семантических групп [Ильясова, Пугачева, 2022].

Сторонники термина *феминатив* ссылаются на его соответствие латинскому слову *feminatum* ‘женский’. Между тем по запросу *феминатив* на платформе eLibrary.ru можно получить 200 статей, а по запросу *феминитив* – почти 1000. Отметим, что в основном корпусе НКРЯ слово «феминитив» упоминается в четырех текстах, а «феминатив» только в одном (указан в скобках в качестве альтернативного обозначения).

Как видим, термин *феминитив* употребляется большинством современных исследователей. Однако, как отмечает Е. Н. Василенко, в лингвистических работах наряду с этим термином используются и такие обозначения, как «*nomina feminine*», «имена женщин», «наименования женщин», «наименования лиц женского пола» и др. [Василенко, 2018]. Ряд исследователей, например, В. В. Демичева, О. И. Еременко и Т. В. Яковлева, помимо термина *феминитив*, используют словосочетание *nomina professionalia* [Демичева, Еременко, Яковлева 2016]. А. В. Зеленин в качестве альтернативного варианта употребляет словосочетание *гендерно ориентированные номинации* [Зеленин, 2007].

Т. В. Федотова и И. В. Кулик предлагают использовать термин *феминитив* для обозначения уже закрепившихся в языке женских

наименований, а для обозначения новых лексических единиц употреблять словосочетание «феминистский неологизм» [Федотова, Кулик, 2016].

Термин *феминитив* широко применяется не только в лингвистических исследованиях, но и в работах по массовой коммуникации, истории, философии, социологии и психологии. Данное слово активно употребляется также в неформальной коммуникации и в медиадискурсе.

Закреплению наименования *феминитив* в лингвистической терминологии могут способствовать следующие факторы: во-первых, однословное обозначение более удобно по сравнению с многокомпонентным словосочетанием; во-вторых, данный термин полностью соответствует словообразовательной модели, используемой в терминосистеме науки о языке (ср.: *пейоратив*, *мелиоратив*, *диминутив* и т.п.) [Замышляева, 2023b].

Как видим, перспектива закрепления слова *феминитив* в качестве лингвистического термина достаточно высока. В связи с этим в нашем исследовании будем использовать именно это наименование. Не менее дискуссионным является вопрос о границах лексико-семантической группы, обозначенной терминологическими вариантами *феминитив*, *феминатив*, *феминутив*.

В. В. Беркутова предлагает следующее определение (автор использует термин *феминатив*): «...слова женского рода, обозначающие названия профессий, социальных статусов и т.д. и употребляющиеся в качестве коррелята словам мужского рода» [Беркутова, 2019, с. 7]. Исследователь отмечает, что если к феминитивам относятся лексемы из словообразовательной категории *nomina feminina* (наименования лиц женского пола, образованные от названий лиц мужского рода), то в реальности этот список шире и включает в себя как слова женского рода категории *nomina agentis* (наименования деятеля) и *nomina attributiva* (наименования носителя признака), так и различные термины родства и свойства, обозначения религиозной, национальной, возрастной, социальной принадлежности и др. [Беркутова, 2019].

А. А. Ратманова определяет феминитивы с позиций словообразования: «наименования женщины по профессии или роду деятельности, образующиеся при помощи суффиксов от основы мужского рода» [Ратманова, 2021].

По мнению Н. А. Прониной, понятие *феминитив* включает четыре смысловые категории: профессия (*стоматологиня*), род деятельности (*блогерка*), место жительства (*тайландка*), обозначение женского пола (*подростка*) [Пронина, 2019].

М. Е. Секерина и Ю. Г. Захарова указывают на возможность образовать феминитив не только суффиксальным способом от парного слова мужского рода, но и от глагола (например, *повитуха* от *повивать*, *сиделка* от *сидеть*) [Секерина, Захарова, 2017]. Это идет вразрез с часто используемым в лингвистических исследованиях определением феминитивов как имен существительных женского рода, «которые обозначают женщин, образованы от однокоренных существительных мужского рода, обозначающих мужчин, и являются парными к ним» [Баданина, 2017, с. 89].

Наиболее широкое, на наш взгляд, определение термина *феминитив* предлагают Д. А. Лукина и Н. А. Гурова в работе «Феминитивы в русской речи: история возникновения и перспективы развития». Они утверждают, что «феминитивы представляют собой номинативную категорию обозначения лиц женского пола в определенной сфере» [Лукина, Гурова, 2021, с. 113]. Данное определение не сводит изучаемую лексическую группу к определенной словообразовательной модели, не подчеркивает ее парность по отношению к номинациям мужского пола и не сужает ее до обозначения лиц женского пола исключительно по профессиональной принадлежности.

В нашей работе мы рассматриваем феминитивы как лексико-семантическую группу со значением *лицо женского пола по роду деятельности, социальному статусу и социальной роли*. Основой данной лексико-семантической группы являются наименования лиц по профессии. Это обусловлено не только очевидным количественным преобладанием

данных наименований, но и их значимостью для носителей языка. Как отмечает Е. И. Голованова, именно профессия определяет социальную идентификацию личности, ее становление и развитие, способствует формированию определенного взгляда на жизнь, в соответствии с чем «категория профессионального деятеля выступает в качестве инструмента познания мира и человека в нем» [Голованова, 2004а, с. 31]. Е. И. Голованова впервые рассмотрела наименования лиц по профессии в качестве самостоятельной категории и определила их как «совокупность языковых моделей, дающих разные интерпретации человека, осуществляющего профессиональную деятельность» [Там же, с. 8]. Анализируя гендерный аспект динамики наименований лиц по профессии, автор выделила сферы, где доля женского труда достаточно велика, в связи с чем в них широко используются феминитивы (творчество, научная деятельность, производство и др.). При этом регулярные парные женские номинации отсутствуют в профессиях, связанных с политикой, философией, религией, тяжелым физическим трудом. При этом ученый считает, что тенденция к использованию гендерно-маркированных номинаций по роду деятельности станет более явной [Там же, с. 193-196]. Материал нашего исследования в полной мере подтверждает справедливость этого вывода.

За последние 20–30 лет появились новые сферы профессиональной деятельности, в которых наблюдается активное участие женщин; в некоторых профессиональных сферах произошли заметные гендерные сдвиги, способствовавшие появлению женщин в той или иной профессии. В связи с этим в рамках данного исследования важно выявить, какие изменения происходят в функционировании феминитивов, отражающих роль женщин в различных профессиональных сферах.

Примечательно, что развитие сети Интернет привело не только к появлению новых видов деятельности, но и к размыванию самого понятия *профессия*. В «Словаре актуальных профессий» Е. И. Головановой под *профессией* понимается «род деятельности, требующий специальной

подготовки, являющийся основным источником доходов и осознаваемый человеком как главное его занятие» [Голованова, 2004b, с. 4]. Однако многие виды деятельности в сети Интернет вряд ли в полной мере соответствуют данному определению. Например, пользователи могут получать денежное вознаграждение за ведение блогерской деятельности, которая не предполагает наличия определенного образования. При этом данная деятельность может являться основным занятием (профессия), а может выступать как способ дополнительной профессиональной самореализации (блог врача или художника). Специфика сети Интернет позволяет с определенной долей условности рассматривать виды деятельности в данной среде как профессии. При этом важно отметить, что в данных видах деятельности гендерные ограничения отсутствуют: как правило, во всех видах профессиональной интернет-деятельности активно участвуют и женщины, и мужчины, что, в свою очередь, способствует расширению как лексико-семантической группы со значением профессионального деятеля в целом, так и феминитивов.

Кроме того, изменение экстралингвистической ситуации (экономической, политической культурной и др.) способствовало появлению новых профессий, закрывающих потребности рынка (инвестор, продюсер, риэлтор и др.). В указанные сферы деятельности также вовлечены и мужчины, и женщины. Важно отметить, что гендерные сдвиги происходят и в давно существующих профессиональных сферах, что приводит к потребности в номинациях женского рода для решения ряда коммуникативных задач. Как правило, данные номинации создаются по аналогии с уже закрепившимися в языке феминитивами.

Перечисленные изменения приводят к появлению и широкому распространению новых лексем – феминитивов. В данной работе мы выделяем два типа феминитивов-неологизмов. Первый тип представлен феминитивами, образованными от лексем, недавно вошедших в язык для обозначения новых видов деятельности, связанных с развитием сферы IT

(*блогерша, стримерша, тиктокерша, стримерша и др.*), и новых профессий (*продюсерша, риэлторша*). Эту группу можно условно обозначить как *неодериваты*, то есть дериваты, образованные от неологизмов, связанных с относительно новыми видами деятельности. Второй тип феминитивов – неологизмы, используемые для обозначения представителей тех профессий и видов деятельности, для номинации которых традиционно употреблялась форма мужского рода в обобщенном значении (*авторка, докторка, психологиня и др.*). В качестве рабочего обозначения для данной группы феминитивов-неологизмов нами используется наименование *субдериваты*, то есть дериваты, образованные с нарушением языковой нормы, отклоняющиеся от нее, но при этом формирующие новые модели словообразования (речь идет об активном использовании в этой группе ранее не востребованных для образования наименований лиц женского пола аффиксов, в частности, суффикса *-ин(я)*).

Феминитивы-неологизмы представляют особый интерес для нашего исследования, поскольку их функционирование в максимальной степени позволяет увидеть основные коммуникативно-прагматические и стилистические тенденции в употреблении языковых единиц, входящих в лексико-семантическую группу со значением лица женского пола по роду деятельности, социальному статусу и социальной роли.

1.2. Изучение феминитивов в отечественной лингвистике

1.2.1. История изучения феминитивов в русистике XX века

Первые работы, посвященные изучению феминитивов, появились в середине XX века. В 1955 году И. Ф. Протченко была защищена кандидатская диссертация «Об образовании и употреблении имен существительных женского рода – названий лиц в современном русском языке» [Протченко, 1955]. Автор отмечает появление новых суффиксальных образований женского рода после Октябрьской революции, что было

вызвано определенным социальным заказом – необходимостью отразить появление новых профессий, должностей и ролей. И. Ф. Протченко отметил также появившееся в XX веке противостояние двух тенденций – использование феминитивов и номинаций мужского рода в обобщенном значении. При этом корреляты женского рода чаще применялись именно в тех сферах деятельности, где женский труд преобладал. Исследователь продолжил заниматься вопросами словообразования феминитивов в рамках социолингвистического подхода во второй половине XX века [Протченко, 1985].

Еще одной значимой работой в данной области является исследование Н. А. Янко-Триницкой «Наименования лиц женского пола существительными женского и мужского рода» [Янко-Триницкая, 1966]. В данном исследовании рассматривается проблема словообразования номинаций женского рода и особенностей наименования женщин по профессиям посредством существительных мужского и женского рода. Языковед установила, что до начала XX века лидирующей тенденцией в русском языке было использование профессиональных номинаций женского рода для обозначения женщин, а вариант употребления существительных мужского рода в обобщенном значении представляет собой относительно новое лингвистическое явление. Впервые эту тенденцию заметил в 1880 году К. С. Аксаков: «Именем мужского рода, неопределенным по своему значению, обозначается род вообще (порода), все общее значение имени, потому что самый пол не выступает ярко, не определяется в имени мужском. Вся определенность, ограниченность, положительность, а вместе и пол выступает в имени женском» [Аксаков, 1880, с. 66]. Н. А. Янко-Триницкая отмечает, что данная тенденция к использованию слов мужского рода в обобщенном значении заняла в лексико-семантической группе названий лиц по профессии главенствующую позицию в 60-е годы XX века. В результате с существительных мужского рода, указывающих на род деятельности лица, снимается признак маркированности, т.е. они могут использоваться для

обозначения любого человека без указания на гендер, а существительные женского рода продолжают быть маркированными и могут обозначать только лицо женского пола [Янко-Триницкая, 1966, с. 101].

В середине XX века появляются исследования, посвященные проблемам исторического словообразования феминитивов. Н. М. Шанский в работе «Очерки по русскому словообразованию и лексикологии» рассматривает функционирование суффикса *-ш(a)* в историческом аспекте [Шанский, 1959]. Ученый предполагал, что данный суффикс был заимствован из нижненемецкого языка. Изначально он служил для обозначения жены представителя той или иной профессии, но со временем расширил свою семантику под влиянием меняющихся социальных условий, в частности, из-за расширения сферы женского труда. Это позволило Н. М. Шанскому сделать вывод, что под влиянием экстралингвистических факторов язык может адаптировать заимствованные суффиксы для образования феминитивов.

Ю. С. Азарх продолжает исследования данной области во второй половине XX века [Азарх, 1979, 1983, 1984]. В работе «Словообразование и формообразование существительных в истории русского языка» автор анализирует номинации женского рода древнерусского и старорусского периодов, а также словообразовательные модели того времени [Азарх, 1984]. Путем сравнительного анализа исследователь доказывает, что феминитивы исторически свойственны многим родственным славянским языкам. Ю. С. Азарх отмечает, что корреляты женского рода до XIX века обладали двумя возможными значениями: либо обозначали лицо женского пола, обладающее сходными признаками с лицом мужского пола, либо использовались для номинации жены деятеля. Кроме того, ею были выявлены наиболее продуктивные словообразовательные модели, используемые в древнерусском и старорусском периодах для образования слов со значением «женскости».

В 1970-х годах вопросами словообразования феминитивов активно занималась Е. А. Земская [Земская, 1973, 1992, 1996]. Лингвист не только рассматривает суффиксы, традиционно используемые для создания существительных женского рода, но и выделяет ряд семантических, словообразовательных и стилистических ограничений, которые влияют на процесс образования феминитивов.

Следует отметить, что в данный период публикуются труды зарубежных исследователей Б. Комри и Дж. Стоуна, посвященные изучению изменений, появившихся в русском языке после революции 1917 года, в том числе особенностям номинации женщин [Comrie, Stone, 1978].

Нормативному аспекту образования и употребления феминитивов посвящено исследование О. Л. Дмитриевой «Развитие нормы и проблема кодификации вариантов рода профессиональных номинаций» [Дмитриева, 1987]. Автор, проанализировав динамику суффиксов, используемых для образования феминитивов с конца XIX века до 80-х гг. XX века, отмечает, что середина XX века стала переломным моментом в процессе становления стилистической нормы, которая привела к широкому использованию форм мужского рода в обобщенном значении.

Таким образом, история изучения феминитивов в русистике советского периода позволяет говорить о том, что, во-первых, исследования, посвященные изучению наименований лиц женского пола по роду деятельности, были весьма немногочисленны; во-вторых, касались преимущественно словообразовательного аспекта.

1.2.2. Основные аспекты исследования феминитивов в современной лингвистике

1.2.2.1. Синхронический аспект исследования феминитивов

В конце XX – начале XXI века ключевым аспектом в изучении феминитивов остается словообразование. Современные исследователи проводят анализ как уже закрепившихся в языке слов, так и новых лексических единиц с целью установить определенные закономерности.

Н. А. Пронина в исследовании «Использование феминитивов в разговорной речи» [Пронина, 2019] отмечает, что суффиксальный способ словообразования является самым востребованным (95%). Помимо суффиксального способа, в качестве средств для образования феминитивов-неологизмов лингвисты называют сложение слов или основ (*дачевладелица, барвумен, бизнесвумен*) [Пронина, 2019] и добавление лексического компонента *женщина (женщина-космонавт)* [Сумина, 2017].

Лингвисты пытаются выделить продуктивные и непродуктивные суффиксы, которые могут использоваться при словообразовании феминитивов. Так, Р. Р. Гузаерова и В. А. Косова в статье «Специфика феминитивов в современном русском медиапространстве» к самым продуктивным суффиксам относят *-к(а)*, *-ниц(а)* (используется при образовании феминитивов от слов мужского рода на *-тель*), *-щиц(а)* (через усечение формы мужского рода), *-ин(я)* (в существительных, основа которых заканчивается на *-лог*, часто с персонифицированным характером), *-иц(а)* (не так распространен). Исследователи отмечают, что суффикс *-к* активно используется в родственных языках в той же функции [Гузаерова, Косова, 2017].

Современные исследователи обращают внимание на изменение семантики и стилистического статуса феминитивов, образованных при помощи суффиксов *-ш(а)* и *-их(а)*. Как известно, феминитивы, образованные при помощи данных суффиксов, ранее рассматривались исключительно как разговорные или даже просторечные слова со сниженной стилистической коннотацией. Кроме того, такие образования использовались преимущественно для обозначения жены представителя той или иной профессии (*генеральша – жена генерала, мельничиха – жена мельника*).

Сейчас большинство исследователей считает, что феминитивы с данными суффиксами значительно реже встречаются в таком значении и употребляются преимущественно в значении «лицо женского пола по роду профессиональной деятельности». При этом отмечается тот факт, что суффикс *-ш(a)* является сегодня продуктивным для образования феминитивов от заимствованных слов (*блогер – блогерша*), варианты с суффиксом *-их(a)* также встречаются (*герлфрендиха*). Такого мнения придерживаются Л. В. Саватеева [Саватеева, 2008], В. В. Демичева, О. И. Еременко и Т. В. Яковлева [Демичева, Еременко, Яковлева, 2016]. Однако, как утверждает В. В. Беркутова, образования с такими суффиксами все равно не воспринимаются коммуникантами как стилистически нейтральные [Беркутова, 2019]. Аналогичной точки зрения придерживается Е. Б. Антонова, которая отмечает, что суффикс *-ш(a)* утратил изначальное значение, но сохранил пренебрежительную стилевую окраску, хотя сейчас активно используется при образовании феминитивов от заимствований на согласные, имеющих основу с последним ударным слогом. В свою очередь, суффикс *-их(a)*, который изначально был нейтральным, со временем стал использоваться для прозвищ и теперь выражает негативное и пренебрежительное отношение [Антонова, 2020].

Е. Б. Трофимовой был проведен психолингвистический эксперимент, в рамках которого участникам был предложен список из 30 феминитивов [Трофимова, 2011]. Респонденты должны были определить, являются ли данные лексемы, по их мнению, стилистически нейтральными, либо их использование вместо номинаций мужского рода привносит дополнительные семантические или стилистические оттенки значения. Автор отмечает, что в случае с престижными, традиционно мужскими профессиями коммуниканты стараются избегать употребления феминитивов, поскольку они обладают дополнительной негативной окраской. Однако если речь идет о менее престижных профессиях (*аптекариша, дворничиха*), то они воспринимаются в рамках общей системы. Важно отметить, что ни один из респондентов не

интерпретировал слово *профессорша* в качестве жены профессора, и только четыре человека определили феминитив *генеральша* как жену генерала [Трофимова, 2011]. Таким образом, экспериментальным путем доказано, что профессиональные номинации с суффиксом *-ш(a)* в современном языковом сознании утратили семантическое значение «жена деятеля».

Самым продуктивным для образования современных феминитивов, по мнению современных исследователей, является суффикс *-к(a)* [Голованова, 2004а; Новицка, 2006; Гузаерова, Косова, 2017; Guzaerova, 2018], что обусловлено рядом факторов. Во-первых, данный суффикс может присоединяться к разным производящим основам. Б. Новицка объясняет частотность использования данного суффикса тем, что он является мотивирующим как для мотивированных, так и для немотивированных базовых слов мужского рода, но мотивированные преобладают [Новицка, 2006]. Во-вторых, суффикс *-к(a)* стилистически нейтрален и не имеет пренебрежительной окраски, в отличие от суффикса *-ш(a)*. Однако это утверждение не является бесспорным, поскольку данный суффикс используется не только для образования форм женского рода, но и для слов со значением фамильярности или пренебрежения (*Ванька, дядька*), а также слов с уменьшительным значением (*картинка, картонка*). Б. Новицка подчеркивает, что иногда феминитивы на *-к(a)* имеют определенную стилистическую окраску. Суффикс либо добавляет экспрессию, либо придает разговорную окраску феминитиву. В-третьих, именно суффикс *-к(a)* чаще всего используется в других славянских языках для образования феминитивов. Подобную тенденцию можно проследить в польском и болгарском языках. В-четвертых, в русском языке уже существует большое количество официально закрепленных женских профессиональных наименований с данным суффиксом (*студентка, активистка*) [Там же].

Н. А. Алкнист в работе «Система словообразования феминитивов в современном русском языке» [Алкнист, 2020] стремится установить

закономерность выбора суффикса в зависимости от качества конечного согласного производящей основы слова.

Исследователь приходит к следующим выводам:

1) слова, основа которых заканчивается на сонорный согласный звук, образуют феминитив при помощи суффикса *-ш(а)*. Например, *библиотекариша, инспекторша, шофёрша, секретарша, режиссёрша, редакторша, министр(е)риша, капитанша, менеджерша, омбудсменша*;

2) от слов, основа которых заканчивается на твердый взрывной или щелевой согласный звук, феминитивы образуются при помощи суффикса *-к(а)*: *активистка, специалистка, космонавтка, морячка, химичка*;

3) при похожих условиях словообразования в некоторых случаях суффикс *-к(а)* конкурирует с суффиксом *-ш(а)*: *музыкантка / музыкантиша (56/41), депутатка / депутатша (39/56), президентка / президентша (37/54)* [Алкнист, 2020].

Б. Новицка обращает внимание на наличие у некоторых феминитивов двух и более форм, например, *шофёрка – шофёрша – шоферица – шофериха* [Новицка, 2006]. Феминитивы на *-к(а)* часто являются синонимами к феминитивам, образованным с помощью других суффиксов, поскольку в русском языке нет унифицированной словообразовательной нормы, а продуктивные для образования феминитивов суффиксы в некоторых случаях следуют за правилами традиционной грамматики русского языка, а в некоторых случаях – идут вразрез с ними. Однако Б. Новицка убеждена, что наличие нескольких форм свидетельствует о том, что суффикс *-к(а)* обеспечивает в языке альтернативные средства феминитивной номинации, способствует лексическому разнообразию и достижению определенных стилистических эффектов [Новицка, 2006].

Особый интерес представляет исследование А. Л. Шарандина об образовании феминитивов [Шарандин, 2023]. Автор подчеркивает, что для большинства феминитивов легко проследить непосредственную формальную производность от форм мужского рода (*учитель – учительница, студент –*

студентка); однако в ряде примеров подобная синтагматика, представленная морфемной последовательностью, идет вразрез с семантико-логической производностью. Ср.: *дояр* и *доярка* имеют мотивацию, связанную с глаголом *доить*, т.е. нельзя сказать, что *доярка* – это *дояр* женского пола. Ученый сопоставляет *категорию-признак рода* и *категорию-парадигму пола* и приходит к выводу, что в случае различия исключительно по полу, гендерные отличия не имеют социального значения (*гусак* – *гусыня*, *бык* – *телка*). В случае с феминитивами на первый план выступает экстралингвистический фактор, поскольку в рамках определенного контекста образованные лексемы женского рода противопоставляются формам мужского рода для обозначения равного лингвистического статуса в плане номинации профессиональных деятелей [Шарандин, 2023, с.119].

С. В. Ильясова и Е. В. Пугачева называют авторские неологизмы, создаваемые сетевыми пользователями, неофеминитивами [Ильясова, Пугачева, 2022]. Заимствования, проходя адаптацию к сложившейся языковой системе, претерпевают словообразовательные изменения. Можно отследить добавление суффиксов, типичных для феминитивов, к словам, которые и так обладают признаками женскости (*бизнесвуменша* – *бизнесвумениха*, *герлскаутка* – *герлскаутша*). Как видно из приведенных примеров, для неофеминитивов характерна ситуация словообразовательной конкуренции. Пользователи сети Интернет часто не только предлагают свой вариант номинации, но и дают метаязыковой комментарий, в котором объясняют корректность использования того или иного феминитива в конкретной языковой ситуации. По мнению С. В. Ильясовой и Е. В. Пугачевой, такая вариативность позволяет реализовать поиск наиболее подходящей лексемы, которая в будущем имеет шансы стать общепринятой [Там же].

Очевидно, что исследование словообразования феминитивов-неологизмов остается актуальным вопросом для современных ученых. Самой продуктивной моделью является суффиксальная, регулярно с

использованием суффикса *-к(а)*. Кроме того, прослеживаются изменения семантики суффикса *-ш(а)*, который ранее имел пренебрежительную стилистическую окраску. На данный момент он является стилистически нейтральным, продуктивным аффиксом, способствующим образованию феминитивов от заимствованных слов.

1.2.2.2. Диахронический аспект изучения феминитивов

Несмотря на то, что сейчас ведутся активные дискуссии на тему целесообразности употребления феминитивов в речи, лингвистические исследования подтверждают, что наименования лиц женского пола активно использовались в русском языке еще много столетий назад [Беркутова, 2018; Демичева, Еременко, Яковлева, 2016; Челак, 2018]. Так, Е. А. Челак отмечает, что в древнерусский и старорусский периоды существовало значительное количество лексем, обозначающих лицо женского пола по роду деятельности [Челак, 2018]. В историческом плане для ученых представляют интерес следующие аспекты: функционирование и частотность употребления феминитивов в диахронии и изменения в словообразовательных моделях, используемых для создания номинаций женского рода по роду деятельности в разные периоды.

В конце XX – начале XXI века появляются исследования, связанные с проблемами функционирования феминитивов в диахронии. Одной из первых работ данной проблематики является диссертация О. И. Еременко о наименованиях лиц женского пола в XIX веке. Автор отмечает, что всплеск феминитивов в этот период обусловлен экстралингвистическим фактором – расширением возможностей для женщин в сфере профессионального труда. Многие наименования женского рода, появившиеся в XIX веке, закрепились в языке и используются до сих пор [Еременко, 1998].

Женские *nomina professionalia* XIX века рассматривают В. В. Демичева, О. И. Еременко и Т. В. Яковлева [Демичева, Еременко, Яковлева, 2016].

Исследователи обращают внимание на роль экстралингвистических факторов, оказавших ключевое влияние на изменение словарного состава языка того времени. В данной работе отмечается, что «женский вопрос» стал актуальным на рубеже XVIII – XIX веков, что может быть связано с развитием женского высшего образования. Круг доступных профессий значительно расширился еще до XX века, в связи с отменой крепостного права и активной экономической перестройкой общественного уклада. Авторы провели исследование на материале лексикографических источников и текстов XIX века и установили, что самыми широко употребляемыми были феминитивы, обозначающие женщин по роду деятельности, особенно актуализировались новообразования женского рода, относящиеся к учебным занятиям (*институтка, консерваторка, студентка*).

Аналогичной точки зрения придерживается и В. В. Беркутова. [Беркутова, 2018]. По ее мнению, до XIX века существовала тенденция к строгому разграничению рода в профессиональных наименованиях. Это могло быть обусловлено отсутствием широкого распространения женских профессий, поэтому в языке существовали только слова, обозначающие традиционно женские виды деятельности (*няня, прачка*) или обозначения профессий, где были представлены лица обоих полов (*гувернер – гувернантка*). В XIX столетии стала появляться тенденция к использованию профессиональных наименований мужского рода применительно к лицам женского пола. Но, как правило, женщин в то время обозначали названиями мужских профессий только в качестве исключения, окказионально, в стремлении подчеркнуть необычность явления [Там же].

Отдельные феминитивы вошли в язык значительно раньше XIX века. Л. А. Шкатова в работе «Развитие ономаσιологических структур» рассматривает наименования лиц по профессии в русском языке с XI века по настоящее время [Шкатова, 1984]. Автором собран обширный материал для словаря названий лиц по профессии, куда вошли феминитивы, датируемые XI в. (*ремесвенница*), XIII в. (*печица, плясавица, прислужница*), XV в.

(проскурница, учительница), XVI в. (калачница, продавица, работница) и XVII в. (возница, воскурница, гусятница, дворница, казначея, канительница, кружевница, крупеница, кужельница, курятница, ларечница, левкасчица). Таким образом, можно проследить в динамике, как с каждым столетием данная лексико-семантическая группа становится все более востребованной в языке.

На рубеже XIX–XX веков явной стала борьба двух противоположных тенденций – употребление феминитивов и номинаций мужского рода в обобщенном значении. Первую тенденцию В. В. Беркутова объясняет процессом эмансипации, что привело к бурному появлению новых лексем. Однако первая волна появления феминитивов-неологизмов вызвала активное сопротивление. В качестве одной из возможных причин активизации второй тенденции автор называет андрогинность советской культуры, поскольку в стремлении уравнивать мужчин и женщин в правах, особенно в рамках трудовой деятельности, сам внешний образ женщины стал походить на мужской, что отмечается даже в художественной литературе, например, у М. А. Булгакова [Беркутова, 2018]. Не случайно В. В. Виноградов уже в середине XX века говорил об андроцентризме в языке, поскольку форма мужского рода стала обозначать целый класс «человек», а не просто представителя определенного пола [Виноградов, 1947]. Таким образом, к 1960-м годам побеждает вторая тенденция, и женские наименования почти полностью исчезают из употребления.

По мнению В. В. Беркутовой, именно изменения в социальном статусе женщины, которые повлекла за собой революция, сыграли ключевую роль в отказе от феминитивов. Несмотря на доминирование второй тенденции, феминитивы продолжают активно функционировать в XX веке в спортивном дискурсе. В. В. Беркутова связывает это с разными требованиями к физической подготовке и нормативам у мужчин и женщин. Кроме того, исследователь отмечает появление феминитивов-неологизмов во времена Великой Отечественной войны. Однако их целесообразно выделить в

отдельную группу, поскольку обычно феминитивы закреплялись в языке в том случае, если труд женщины в определенной области становился обыденным, привычным, наравне с мужчинами. Военные феминитивы, наоборот, подчеркивают редкость и исключительность явления [Беркутова, 2018].

Д. А. Лукина и Н. А. Гурова, авторы работы «Феминитивы в русской речи: история возникновения и перспективы развития» [Лукина, Гурова, 2021], считают, что всплеск появления феминитивов-неологизмов пришелся на более ранний период – XIX–XX в. По мнению исследователей, это связано с расширением социальных прав женщин, т.е. с экстралингвистическими факторами.

Как видим, большинство лингвистов полагает, что активизация феминитивов началась в XIX веке, однако, например, Е. А. Челак считает, что первая волна феминитивов пришлась на середину XVIII века [Челак, 2018]. При этом, несмотря на хронологические расхождения, все исследователи связывают рост феминитивов с экстралингвистическими факторами.

Второй значимый аспект изучения феминитивов в диахронии – словообразовательный. Исследователи стремятся не только установить самые продуктивные словообразовательные модели в тот или иной исторический период, но и проследить изменения в семантическом значении и стилистической окраске ряда используемых с этой целью аффиксов.

Например, внимание лингвистов привлекает суффикс *-ш(a)*, поскольку, согласно изначальной семантике, это суффикс жены деятеля, но он может использоваться и для обозначения самостоятельной активности женщины (*богатырша*). Так, Н. В. Сумина и Д. Р. Величко, анализируя сложившиеся позднее словообразовательные модели, пишут, что суффикс *-ш(a)* в XVIII–XIX веках использовался для наименования жен профессиональных деятелей высокого ранга (*генеральша*), а суффикс *-их(a)* применялся для жен

представителей неквалифицированных профессий (*дворничиха*) [Сумина, Величко 2017].

По мнению Е. А. Челак, суффикс *-ш(a)* утрачивает значение жены деятеля с появлением таких слов, как *докторша*, *секретарша* [Челак, 2018]. В. В. Беркутова считает, что существительные с суффиксом *-ш(a)* перестали выступать в качестве стилистически маркированных именно в конце XIX века [Беркутова, 2018].

В исследовании В. В. Демичевой, О. И. Еременко и Т. В. Яковлевой отмечается, что суффикс *-ш(a)* приобретает новое значение еще в начале XIX века, и эта тенденция набирает все большую популярность во второй половине столетия, о чем свидетельствуют словари того времени, где подобные существительные имеют два варианта значения, например: *банкирша* – *жена банкира, женщина, состоящая во главе банковского учреждения; кондитерша* – *жена кондитера, владелица кондитерской мастерской*. Однако самым продуктивным, особенно во второй половине XIX века, суффиксом для образования новых феминитивов становится *-к(a)* [Демичева, Еременко, Яковлева, 2016].

А. С. Васильева провела подробный анализ феминитивов, появившихся в XVIII, XIX и XX веках, и исследовала частотность их употребления на материале Национального корпуса русского языка и Google Books [Васильева, 2013]. Изучив историческую динамику употребления определенных лексем, она установила изменения в семантике различных суффиксов существительных женского рода, в том числе суффикса *-ш(a)*. Если в XIX веке слово *докторша* чаще встречается в примерах в качестве наименования «по мужу», то в XX веке тенденция меняется, и эта лексема начинает использоваться для обозначения женщины-врача. Однако в XXI веке востребованность этого слова снижается. Сходная ситуация наблюдается с феминитивом *директорша*, причем в XXI веке к нему возвращается прежняя негативная стилистическая маркированность, несмотря на популярность в XX веке [Там же], что может свидетельствовать

о волнообразной динамике в смене значения суффикса *-ш(а)* и функционировании соответствующих феминитивов.

По мнению М. Е. Секериной и Ю. Г. Захаровой, выбор суффикса мог зависеть от производящей основы. Авторы отмечают исторически сложившуюся тенденцию к образованию феминитивов путем добавления суффикса и окончания к слову мужского рода, однако есть ряд видов деятельности, которые являются производными от глаголов (*новитуха – повить, сиделка – сидеть*) [Секерина, Захарова, 2017].

Н. Н. Щербакова, изучающая словообразовательную специфику русского языка XVIII века, подчеркивает волнообразное появление феминитивов-неологизмов, обусловленное экстралингвистическими факторами [Щербакова, 2022]. Как ранее отмечала Н. А. Янко-Триницкая, такие социальные изменения могут обуславливать активное использование непродуктивных словообразовательных моделей [Янко-Триницкая, 1966]. Н. Н. Щербакова выявила интересный факт – отсутствие негативной, стилистически маркированной окраски у суффикса *-их(а)* в XVIII веке. Так, слово *купчиха* (жена купца) используется в то время в словарях без всяких помет, что свидетельствует о том, что данный суффикс приобрел негативную стилистическую окраску уже позднее, и сейчас до сих пор чаще выступает в качестве дерогативного (*врачиха*). Однако, как упоминалось выше, по мнению Н. В. Суминой и Д. Р. Величко, суффикс *-их(а)* служил для обозначения жен представителей низких должностей (*слесариха*), что не согласовывается с примером *купчиха* [Сумина, Величко, 2017]. Возможно, отрицательную семантику данный суффикс приобрел позднее, именно в связи с тем, что оказался продуктивным для образования подобных наименований (*мельничиха*).

Таким образом, обзор исследований, связанных с диахроническим аспектом изучения феминитивов, позволяет установить, что активный волнообразный процесс функционирования феминитивов в русском языке начался с конца XVIII – начала XIX века под влиянием ряда

экстралингвистических факторов. Диахроническое исследование словообразовательных моделей феминитивов подтверждает смену значения ряда суффиксов за счет утрачивания ими стилистической маркированности.

1.2.2.3. Причины активизации феминитивов в современном языке (по данным лингвистических исследований)

Вопрос о причинах активизации феминитивов на современном этапе развития языка остается открытым. Ряд исследователей в качестве ключевых причин называют экстралингвистические факторы, прежде всего – широкое распространение феминистского движения. Сторонники данной позиции указывают на наличие в языке определенной гендерной асимметрии – андроцентризма, о чем еще в середине XX века писал В. В. Виноградов [Виноградов, 1947]. Он впервые обратил внимание на то, что номинации мужского рода в русском языке стали использоваться не столько для указания на лицо определенного пола, сколько для отсылки к человеку в целом. Эта ситуация обуславливает ориентированность языка на лиц мужского пола. Борьба за права женщин, их появление на руководящих должностях и в политике вызвали феминизацию общества, что не могло не повлечь за собой ряд языковых изменений. Таким образом, феминитивы рассматриваются как одно из вероятных средств преодоления маскулинности языка.

Во второй половине XX века в языкознании появилось новое направление – феминистская критика языка. Первой работой в этой области стал труд Р. Лакофф «Язык и место женщины» [Lakoff, 1973]. Зародившись в США, феминистская критика языка стала набирать популярность и в Европе, а именно в Германии, с появлением работ С. Трёмель-Плетц [Trömel-Plötz, 1978] и Луизы Ф. Пуш [Pusch, 1990]. Большой вклад в развитие данного направления внесла также Ю. Кристева [Кристева, 2014]. Феминистская критика языка направлена на изучение асимметрии при наименовании лиц

мужского и женского пола, особенностей речи представителей разных гендеров, а также стратегий речевого поведения мужчин и женщин.

Язык не мог не отреагировать на такие глобальные социальные изменения, как увеличение доли женщин на рынке труда [Прохорова, 2012]. По этой причине многие исследователи считают, что активизация феминитивов обусловлена именно борьбой с лингвистической асимметрией. Этой проблематике посвящены работы Е. С. Скляр [Скляр, 2019], а также Н. А. Прониной [Пронина, 2019], которая подчеркивает влияние на данный процесс не только феминистской повестки, но и движения за бодипозитив. М. Е. Секерина и Ю. Г. Захарова [Секерина, Захарова, 2017] называют андроцентризм в качестве ключевой причины активного появления в языке феминитивов-неологизмов. Авторы считают, что развитие многих языков мира проходило в рамках патриархального общественного строя. Это впоследствии привело к тому, что андроцентризм стал характерной чертой для многих из них. В современном мире, наоборот, наблюдается стремление к равенству между мужчиной и женщиной, и это в свою очередь привело к появлению феминитивов.

А. Л. Шарандин убежден, что «феминизм как социальное движение пытается сформировать фрагмент языкового сознания, требующий языковой репрезентации феминитивности» [Шарандин, 2023, с. 112]. Таким образом, именно феминитивы выступают в качестве инструмента репрезентации женщин, поскольку через их использование женщины и их мнения становятся более заметными. Феминитивы противопоставляются словам мужского рода, обозначающим профессиональных деятелей, чтобы подчеркнуть статусность роли женщины. А. Л. Шарандин подчеркивает функционально-прагматическую и коммуникативно-прагматическую природу феминитива: при нейтрализации прагматического фактора (приоритет социального равноправия двух полов) существительные женского рода перестают восприниматься как феминитивы [Шарандин, 2023].

П. А. Шалимова придерживается сходных взглядов [Шалимова, 2022]. Однако, помимо экстралингвистических факторов (феминизм третьей волны, в рамках которого гендерные различия утверждаются, а не нивелируются), автор выдвигает также предположение о социальных причинах, которые могли способствовать активизации феминитивов в современной коммуникации. Исследователь отмечает, что большинство феминитивов-неологизмов связаны с престижными профессиями, предполагающими интеллектуальный труд, где женщинам в последнее время удалось прочно закрепиться [Шалимова, 2022].

М. А. Кирсанова выделяет следующие признаки андроцентризма, выявленные в рамках феминистской лингвистики: 1) формы женского рода чаще всего образуются от мужских; формы мужского рода могут выступать в функции общего рода и обозначать группы лиц любого пола; 2) во фразеологизмах чаще встречается отрицательная оценка женского образа; 3) при наличии двух вариантов слова форма мужского рода воспринимается при обращении более уважительной [Кирсанова, 2013].

Т. В. Федотова и И. В. Кулик также усматривают в феминитивах средство борьбы с маскулинностью языка и выделяют собственный ряд признаков андроцентризма [Федотова, Кулик, 2016]. К вышеупомянутым чертам, выявленным М. А. Кирсановой, они добавляют следующие: 1) отождествление понятий человек и мужчина; 2) согласование на синтаксическом уровне происходит по форме грамматического рода соответствующей части речи, а не по реальному полу референта; 3) фемининность и маскулинность разграничены резко и противопоставлены друг другу в качественном (положительная и отрицательная оценка) и в количественном (доминирование мужского как общечеловеческого) отношении.

Зарубежные исследователи В. П. Сосновский и Дж. Сатола-Сташковяк отмечают подобную тенденцию к более широкому распространению феминитивов не только в русском, но и в других славянских языках

[Sosnowski, Satoła-Staśkowiak, 2019]. В качестве основной причины данных лексических изменений они называют языковую асимметрию в сфере названий профессий. Однако главной целью использования феминитивов, по их мнению, является не столько желание сделать язык более симметричным в гендерном отношении, сколько недопущение дискриминации по признаку пола.

Между тем ряд ученых убеждены, что некорректно усматривать причину данного языкового явления исключительно в стремлении избавиться от гендерной асимметрии в языке [Замышляева, 2023а]. Так, Е. А. Челак считает, что в современном русском языке отсутствует языковой сексизм и явная гендерная асимметрия [Челак, 2018]. Против объяснения процесса активизации феминитивов исключительно феминистским движением выступают также Д. А. Лукина и Н. А. Гурова [Лукина, Гурова, 2021], ссылаясь на работы по онтолингвистике. Детская речь представляет собой одну из сфер активного функционирования феминитивов [Лаппо, Малиновская, 2020], в процессе ее анализа была доказана естественность использования женских категорий на примере частотности употребления детьми феминитивов-окказионализмов. Дети активно создают слова, указывающие на пол человека или животного. Большое количество таких примеров было найдено в «Объяснительном словаре детских инноваций» Т. А. Гридиной (*продавица, колдуниха, хомячка*) [Гридина, 2012].

З. И. Годизова и Цзинь Ланьцзя также не считают, что активизация феминитивов может быть обусловлена исключительно экстралингвистически. В работе «Феминитивы в современном русском языке: системно-функциональный аспект» авторы дополняют анализ следующими факторами:

- номинативные факторы (необходимость в номинациях женщин в тех сферах деятельности, где регулярно используются формы мужского рода в обобщенном значении);
- стремление языка к выразительности и экспрессивности;

– закон экономии речевых усилий [Годизова, Цзинь Ланьцзя, 2022].

Таким образом, в лингвистическом сообществе нет единой точки зрения на причины активизации феминитивов в современной коммуникации: ряд ученых считает значимыми экстралингвистические факторы (феминистское движение), другие видят причины этого явления в языковых и коммуникативных процессах.

1.3. Функционирование феминитивов в контексте современной языковой ситуации

1.3.1. Языковая ситуация конца XX – начала XXI века и тенденции развития коммуникации

Как известно, в системе функциональных стилей русского языка в XX веке ведущим являлся официально-деловой стиль [Караулов, 1991; Колесов, 1998]. На этот стиль ориентировался институциональный дискурс, элементы данного стиля активно проникали в устную речь (К. И. Чуковский назвал это явление «канцеляритом» [Чуковский, 1966]). Данная языковая ситуация в значительной степени оказала влияние на формирование языковой нормы, в том числе на способы номинации лиц женского пола по роду деятельности, социальному статусу и социальной роли. Во всех справочниках и пособиях по культуре речи и стилистике с середины XX века в качестве нормы фиксируется именно использование существительных мужского рода в обобщенном значении для номинации женщин (см., например, [Розенталь, 1997]).

Так, в «Русско-английском словаре профессий и должностей» Е. Н. Квашниной и Л. В. Житниковой почти все названия профессий указаны только в форме мужского рода, даже в том случае, когда у номинации по роду деятельности есть официально закрепленная форма женского рода [Квашнина, Житникова, 2013]. Исключение составляет профессия *губернер*,

только к ней дается парная лексема *гувернантка*, здесь гендерное противопоставление обусловлено тем, что *гувернер* нанимался семьей для обучения и воспитания исключительно мальчиков. В словаре указан небольшой ряд номинаций женского рода, но это либо профессии, традиционно воспринимаемые как женские (*акушерка, гусятница, домработница*), либо слова, не имеющие актуальной парной формы мужского рода (*горничная, диетсестра, замачивальщица шелка-сырца, зубная сестра, кастелянша, маникюрша, медицинская сестра, няня, сиделка, швея*).

Между тем носители языка так или иначе осознавали несоответствие данной нормы возможностям языковой системы. Не случайно на это обращали внимание известные писатели, критики, редакторы. Например, писатель Б. Тимофеев в середине XX века писал: «Существуют учительницы, писательницы, артистки... Почему же они за последнее время все чаще называются учителями, писателями, артистами? <...> «Поэтесса», «журналистка», «пианистка» – говорить можно. И пусть артистки, певицы, учительницы, танцовщицы и многие другие – не превращаются официально в “мужчин”» [Тимофеев, 1961, с. 23-26]. На исходе XX века о «противоестественности» этой нормы для языка пишет и Л. К. Чуковская в статье с красноречивым заголовком «Моя грач прилетела»: «Почему всех переводчиц, руководительниц, председательниц превратили в переводчиков, руководителей, председателей? Почему все корреспондентки стали корреспондентами? Остался у меня один вопрос: жив ли ты – живой как жизнь?» [Чуковская, 1996].

При этом нужно отметить, что в середине XX века в словарях русского языка фиксируется достаточно большое количество феминитивов. Так, по данным «Обратного словаря русского языка» [ОСРЯ, 1974], насчитывается более 250 феминитивов с суффиксом *-к(а)*, обозначающих женщин по роду деятельности, большинство из которых зафиксировано в «Большом академическом словаре» [БАС, 2004] либо как разговорные, либо как

общеупотребительные. Например, без стилистических помет в БАС даны такие лексемы, как *комбайнерка, комедиантка, оркестрантка, пейзажистка* и др. Такая же ситуация прослеживается с феминитивами на *-иц(а)*, которых в «Обратном словаре» более 120, при этом многие из них также даются в БАС и «Современном толковом словаре русского языка» Т. Ф. Ефремовой [Ефремова, 2000] без помет (*бортпроводница, грузчица, железнодорожница, монтажница* и др.). Это свидетельствует о том, что речевая практика употребления феминитивов уже в середине XX века выходит за границы языковой нормы.

В конце XX – начале XXI века под воздействием экстралингвистических факторов в русском языке наблюдается процесс демократизации языка, который характеризуется сближением устной и письменной речи. При этом некоторые исследователи рассматривают этот процесс как явление внутрисистемного развития языка [Чапаева, 2013]. По мнению Г. Я. Солганика, процессы, протекающие в данный момент в языке, отражают закономерное его развитие, а в результате демократизации он становится достоянием всего народа, а не элиты. Исследователь положительно оценивает происходящие изменения, поскольку они приносят в литературный язык экспрессию и оценочность [Солганик, 2010b]. А. О. Лалетина отмечает, что изменения, происходящие в языке, реализуются «сверху» и «снизу». Часть трансформаций обусловлена внешним влиянием, например, процессом глобализации и взаимодействием языков, что приводит к появлению новых заимствований. Но ряд изменений продиктован именно внутриязыковыми причинами, например, потенциальность расширения употребления инвариантов в общении [Лалетина, 2011].

И. А. Стернин отмечает ряд тенденций в современной коммуникации, возникших в процессе демократизации языка:

– *орализация общения* (функции и роль устной речи в общении возрастают, она становится значимой формой существования языка);

– *диалогизация общения* (функции и роль диалога также возрастают, появляются новые формы диалогического общения, увеличивается общественная потребность в такой форме коммуникации);

– *плюрализация общения* (возможность одновременного существования различных точек зрения в дискуссии);

– *персонификация общения* (личный дискурс приобретает черты уникальности и неповторимости, происходит формулировка непохожих выражений) [Стернин, 2000].

Данные тенденции реализуются прежде всего в медийном дискурсе. Письменные тексты СМИ постепенно начинают перенимать приемы, характерные для устной речи, а сам медиадискурс становится более ироничным, эмоциональным [Стернин, 2004, с. 12].

Очевидно, что демократизация языка, при которой в литературный язык проникают внелитературные элементы, так или иначе ведет к изменению языковой нормы. Ряд исследователей указывает на то, что в современных условиях «законодателем» литературной нормы становятся СМИ [Солганик, 2010b; Власян, 2013 и др.].

Важно отметить, что в современных лингвистических исследованиях наряду с языковой нормой появляется понятие речевой нормы. На данный момент есть два ключевых подхода к пониманию понятия речевой нормы. Первый в значительной степени не отделяет ее от языковой нормы, представляя речевую норму в качестве формы реализации языковой [Гойхман, Надеина, 2001]. Второй подход связывает речевую норму с системой функциональных стилей, таким образом, речевая норма обозначает закономерное использование тех или иных языковых средств в рамках определенного стиля [Плещенко, Федотова, Чечет, 2001].

В данном исследовании мы разделяем интегральный подход к пониманию речевой нормы, предложенный Г. А. Копниной, которая определяет речевую норму как «общепринятое представление культурных носителей языка о закономерностях его функционирования, отраженное в

узусе и сформулированное в виде прагматических правил – речеповеденческих и текстовых» [Копнина, 2012, с. 263]. Автор отмечает, что речевая норма включает в себя целый ряд норм, в частности, нормы, регулирующие словесное оформление речи (отбор и сочетание определенных языковых средств помогает создать необходимую лексико-речевую организацию [Трошева, 2003]), ситуативно-речевые нормы (речь соответствует социальной роли, учитывает особенности реципиента и окружающую обстановку) [Копнина, 2012]. Следовательно, речевая норма ориентирована не столько на соблюдение кодифицированной языковой нормы, сколько на коммуникативно-прагматические потребности коммуникантов.

В этих условиях неизбежно возникает конфликт существующей языковой нормы и узуса. По мнению Л. П. Крысина, норма может меняться в зависимости от использования в той или иной (кодифицированной или некодифицированной) подсистеме языка. В некодифицированных подсистемах норма определяется узусом, а в кодифицированных – традицией и целенаправленной кодификацией. Норма, будучи результатом целенаправленной кодификации, вступает в противоречие с узусом, а норма, основанная на традиционном использовании языковых средств, противопоставляется системе языка, поскольку данная норма реализует только часть возможностей данной системы. Таким образом, в процессе речевой деятельности носитель языка постоянно согласует свои коммуникативные действия с возможностями системы, официальной нормой, закрепленной в словарях и грамматиках, и узусом [Крысин, 2017].

Вопросом соотношения нормы и узуса также занималась О. С. Захарова [Захарова, 2012]. Автор выделяет два вида нормы: системную, для которой характерны устойчивость, консервативность и общепринятость из-за тесной связи с языковой системой, и коммуникативно-прагматическую, которой присущи градуальность, необязательность, индивидуальность из-за зависимости от идиома, в котором она функционирует [Там же]. Свои

выводы О. С. Захарова базируется на концепции чешских лингвистов [Гавранек, 1967]. С. В. Ильясова разделяет такой подход и подчеркивает, что речевые (коммуникативно-прагматические) нормы определяют особенности построения высказываний в определенных коммуникативных ситуациях с разной интенцией [Ильясова, 2002]. Таким образом, узус ограничивает использование языковых единиц, поскольку коммуникант выбирает подходящую форму под каждую конкретную ситуацию общения, такие потребности живого общения приводят к нарушению ограничений и использованию говорящим всех возможностей, заложенных в языковой системе, для достижения эффективной коммуникации [Панов, 2007].

О перспективе изменения нормы пишет М. А. Кронгауз. Он считает, что смешение жаргонов, стилей и иногда даже языков не обязательно оказывает исключительно негативное влияние на язык. Данные процессы могут также символизировать языковое творчество. Подобные эксперименты приводят к появлению новых правил, что приведет к переходу к формированию новой нормы. М. А. Кронгауз отмечает, что новая норма зарождается именно в связи с тем, что некорректное, с точки зрения языковой нормы, использование языка постепенно становится допустимым [Кронгауз 2003].

Важно отметить, что в большинстве случаев любые языковые изменения на начальном этапе могут негативно восприниматься носителями языка. По мнению Т. Невалайнен, обществу тяжело принять адаптацию языка к новым социальным реалиям, именно по этой причине изменения нормы зачастую критикуются и рассматриваются как «порча» языка [Nevalainen, 2006].

В этих условиях активный рост употребления феминитивов является одним из наиболее заметных процессов с точки зрения лингвистов и «рядовых» носителей языка. Очевидно, что при изучении функционирования феминитивов в современной речевой практике необходимо учитывать

специфику языковой ситуации и процессы, происходящие в коллективном коммуникативном пространстве.

1.3.2. Функционирование феминитивов в других европейских языках

1.3.2.1. Функционирование феминитивов в славянских языках

Проблема корректной профессиональной номинации женщин актуальна и во многих славянских и романо-германских языках. Однако в каждом отдельном языке эта проблема решается через использование разных инструментов.

В болгарском языке формы женского рода образуются от форм мужского рода, как и в русском. Самым распространенным словообразовательным способом является суффиксальный. Феминитивы-неологизмы чаще всего образуются при помощи суффикса *-ka*, но есть и ряд других продуктивных формантов: *-ша* (*президентша, премиерша*), *-джийка* (*атакаджийка, хайлайфаджийка*), *-манк(а)* (*меломанка, ароматоманка*), *-холичк(а)* (*работохоличка, книгохоличка*) [Sosnowski, Satoła-Staśkowiak, 2019]. Данные примеры в работе В. П. Сосновского и Дж. Сатола-Сташковяк показывают, что в качестве феминитивов они рассматривают не только номинации, обозначающие женщин по роду деятельности, но и «женские» наименования по увлечениям и предпочтениям. Кроме того, авторы утверждают, что формы мужского рода, называющие профессии, стали использоваться для обозначения лиц женского пола в болгарском только в середине XX века.

В исследовании В. И. Сумровой рассматриваются более 1400 феминитивов-неологизмов, которые вошли в болгарский язык за последние 25 лет [Сумрова, 2018]. Самым частотным суффиксом для образования феминитивов в болгарском является *-ka*, но лексемы с данным суффиксом воспринимаются коммуникантами как неофициальные или неуважительные.

Уже закрепившиеся в языке феминитивы (*лекарка, учителка, медицинска сестра, президентка, министр-председателка, премьерка, главна редакторка*) продолжают активно использоваться в разговорном стиле и не применяются в официально-деловом общении [Sosnowski, Satoła-Staškowiak, 2019]. В официально-деловом стиле по-прежнему употребляются формы мужского рода для обозначения профессиональных деятелей обоих полов. Кроме того, как и в русском языке, указание на женский пол лица может реализовываться через формы глагола или прилагательного.

Как и болгарском, в польском языке процесс использования форм мужского рода для обозначения лица женского пола начался только в середине XX века. Для указания на женский пол профессионального деятеля к названию профессии прибавляется уважительное обращение *pani*. До появления этой тенденции все профессиональные наименования обладали формами как мужского, так и женского рода. Существует ряд других продуктивных словообразовательных моделей: *-i(y)ni* (*zarządca – zarządczyni, językoznawca – językoznawczyni*), *-a* (*minister – ministra*), *-owa* (*księgowy – księgowowa*), *-i(y)na* (*wojewoda – wojewodzina*), *-essa/-esa* (*hostessa*), *-arka* (*piekarz – piekarka*), *-anka* (*przedszkolanka*) [Sosnowski, Satoła-Staškowiak, 2019]. Языковеды, выступающие против феминитивов, в качестве аргумента указывают на тот факт, что формы мужского и женского рода могут иметь разные значения. Например, *maszynista* (машинист, водитель поезда) – *maszynistka* (машинистка, печатающая тексты). Аналогичная особенность наблюдается и в русском языке. Однако подобные случаи крайне редко встречаются как в польском, так и в русском, поэтому маловероятно, что такой семантический сдвиг может быть весомой причиной для полного отказа от использования феминитивов в языке.

Поскольку в польском литературном языке также отсутствует единая норма для словообразования феминитивов, профессиональные наименования для лиц женского пола могут образовываться как при помощи суффиксов, так и без суффиксов. Например, женщина-главный редактор может быть

названа как *redaktorka naczelna*, *redaktor naczelna* или *redaktor naczelny* [Sosnowski, Satoła-Staškowiak, 2019].

Е. Н. Василенко отмечает рост употребления феминитивов-неологизмов в белорусскоязычном интернет-дискурсе [Василенко, 2018]. Как отмечает автор, белорусский язык достаточно гибок в словообразовательном плане. Самые частотные суффиксы для образования феминитивов – *-к-*, *-ніц-* и *-чыц*, причем суффикс *-к(a)* здесь не имеет негативной коннотации. В некоторых случаях достаточно сложно установить, является ли профессиональная номинация женского рода новой или уже устоявшейся, поскольку неологизмы с суффиксом *-к-*, благозвучны и кажутся гармоничными и стилистически нейтральными (*архітэктарка*, *дызайнерка*, *ініцыятарка*) [Там же].

Особый интерес представляют феминитивы в чешском языке. Новые формы женского рода активно фиксируются в словарях. Например, в словаре 2004 года «*Nová slova v češtině 2*» (досл. *Неологизмы в чешском языке 2*) встречаются 173 феминитива как парные к мужским названиям профессий. Продуктивными моделями для образования феминитивов являются суффиксы *-k-* (*učitelka* – учительница) и *-kyn-* (*spisovatelkyně* – писательница), ряд слов, как и в русском, имеет несколько вариантов феминитивов (*chirurgyn/chirurgička/chirurgka* – хирургиня/хирургика/хирурка) [Романов, 2018]. Однако Г. П. Нецименко отмечает, что подобная словообразовательная конкуренция, как правило, разрешается тремя способами: дифференциацией дублетов, полным вытеснением одного из них из употребления либо смещением его на периферию системы [Нецименко, 2009]. Автор утверждает, что конкуренция суффиксов *-Ok(a)* и *-kyn(ě)* в чешском языке привела к победе первого, поскольку производные с суффиксом *-kyn(ě)* в более поздних словарях встречаются все реже.

Еще одной тенденцией, характерной для чешского языка, по мнению Г. П. Нецименко, является использование парных феминитивов не только в рамках повседневного общения, но и в литературном узусе. Если в русском

языке наблюдается противоборство двух тенденций (употребление феминитивов и использование номинаций мужского рода в обобщенном значении с определенными компенсаторами, указывающими на пол лица), то в чешском полностью превалирует первая. Закреплению парных феминитивов в качестве новой литературной нормы во многом способствовали именно СМИ [Там же].

Таким образом, в славянских языках прослеживается общая тенденция к росту числа новых номинаций женского рода и их более активному употреблению в разных типах дискурса.

1.3.2.2. Функционирование феминитивов в романо-германских языках

В отличие от славянских языков противоположная тенденция – тенденция к гендерной нейтрализации наблюдается в английском языке с 1990-х годов [Хижняк, 2020; Шереметова, 2018]. Отсутствие грамматической категории рода исторически обусловило образование профессиональных наименований с помощью добавления суффиксов или через замену существительного мужского рода на соответствующее существительное женского рода, например, *policeman* – *policewoman* и *businessman* – *businesswoman*. Среди лексем, использующихся для образования феминитивов путем сложения, помимо *woman*, можно выделить и другие слова (существительные, прилагательные, местоимения), которые позволяют указать на женский пол действующего лица, например, *female producer*, *female journalist*, *skater girl*, *lady boss*, *She-E-O*. Самым востребованным для создания форм женского рода выступает суффикс *-ess*, обладающий широким функционалом, поскольку он позволяет образовывать как профессиональные наименования, так и названия самок животных (*lion* – *lioness*, *actor* – *actress*, *host* – *hostess*). Среди других формантов можно выделить *-ette* для указания на род деятельности женщины (*usherette* –

билетерша), *-ix* для указания на статус (*directrix* – директриса), реже встречаются случаи использования *-ine* (*chorine* – хористка) и суффикса *-e*, заимствованного из французского языка (*doyenne* – женщина-дуайенн).

В настоящее время под влиянием культурологических факторов феминитивы в английском языке постепенно становятся все менее востребованными, т.к. указывать гендерную принадлежность представителя той или иной профессии считается неуважительным. По этой причине вместо *barman/barwoman* сейчас чаще используют слово *bartender* (бармен - буфетчик), вместо *steward/stewardess – flight attendant* (стюард, стюардесса – бортпроводник) и т.д. [Замышляева, Михайлова, 2021]. Данные изменения можно проследить не только среди существительных-названий профессий, но и среди прилагательных и абстрактных существительных, отражающих определенный концепт: *fellowship* вместо *brotherhood*, *kind/helpful* вместо *brotherly*. Любое указание на гендер, вне зависимости от пола (женский или мужской), является неpolitкорректным. Так, на сайте Кембриджского словаря был опубликован список гендерно-нейтральных наименований, где ключевой тенденцией является использование слов, не содержащих компонент *man* или *woman* (*workforce* (рабочая сила) вместо *manpower*, *headteacher* (директор) вместо *headmaster* или *headmistress*, *artificial* (искусственно созданный) вместо *manmade*).

Любое употребление устаревшей лексики, которое может подразумевать превосходство одного пола над другим, воспринимается коммуникантами как проявление сексизма. Например, в социальном рекламном проекте *Shape My World* от компании *Levis* девушки рассказывают о своем карьерном пути и подчеркивают, что хотят, чтобы в их адрес использовали нейтральные обозначения (*producer* вместо *female producer*, *skater* вместо *skater girl*). Феминитивы воспринимаются ими как маркированные слова, т.е. женщины убеждены, что являются в глазах общественности не просто специалистами в своей сфере, а представляют

собой *girl version of something* (женскую версию чего-то) [Замышляева, 2022a].

Тенденцию к гендерной нейтрализации в английском языке можно проследить, обратившись к «Русско-английскому словарю профессий и должностей» [Квашнина, Житникова, 2013], где в качестве основного варианта перевода русскоязычной профессиональной номинации на английский предлагаются гендерно нейтральные формы (*полицейский – police officer, пожарный – firefighter*). Гендерно маркированные варианты перевода (*policeman, policewoman, fireman*) в словаре также указаны в качестве альтернативных, но используются либо для пояснения лексического значения термина, либо даются в качестве дополнения к словарной статье после пометки *id.* (*idem* – то же, что). Исключение составляют такие профессии, как доставщик и почтальон, потому что для их перевода здесь приводятся традиционные формы *deliveryman* и *postman*. Однако на данный момент в англоязычных СМИ уже регулярно встречаются гендерно нейтральные варианты обозначения представителей данных профессий: доставщик – *delivery person, courier, delivery driver, delivery associate*; почтальон – *postperson, postal operative, postal worker, mail carrier, letter carrier*.

Но такие требования к использованию гендерно-нейтральных наименований характерны только в рамках официально-делового общения или в СМИ. А. А. Цыбжитова и Н. О. Труфанова провели анализ современных феминитивов-неологизмов в английском языке на материале словаря *Urban Dictionary* и установили, что в начале XXI века появились новые слова, обозначающие женщин по профессии, национальной принадлежности, указывающие на уровень дохода или возраст, а также термины родства [Цыбжитова, Труфанова, 2020]. Эти лексемы образуются с помощью таких словообразовательных моделей, как словослияние (*fraunt – friend and aunt*), суффиксация (*authoress*) и сокращение (*YL – young lady*). Семантическое значение данных неологизмов и условия их

функционирования позволяют сделать вывод о том, что феминитивы в английском языке продолжают использоваться в рамках разговорного дискурса в функции языковой игры. Например, слово *wactress* образовано от слияния слов *waiter* (официантка) и *actress* (актриса) и используется для обозначения начинающих актрис, которые временно работают официантками, пока находятся в поисках роли в кино или театре [Цыбжитова, Труфанова, 2020].

Е. Б. Китова также подчеркивает, что тенденция гендерной нейтрализации становится ключевой в английском языке и постепенно вытесняет существующее ранее доминирование спецификации, при которой использовались суффиксы и полусуффиксы для образования феминитивов [Китова, 2022]. Однако автор отмечает, что гендерно маркированные слова еще продолжают использоваться для номинации женщин, живших в тот исторический период, когда эти устаревшие феминитивы активно употреблялись. Кроме того, важно отметить, что английский язык распространен во множестве стран и тенденции в разных его вариантах могут отличаться в зависимости от национального менталитета. Если в Великобритании превалирует гендерная нейтрализация, то в Индии, например, до сих пор активно используются феминитивы, что подчеркивает существующие культурные различия между странами [Китова, 2022].

И. Салата [Salata, 2020], В. П. Сосновский и Дж. Сатола-Сташковяк [Sosnowski, Satoła-Staśkowiak, 2019] подчеркивают, что невозможно и нецелесообразно сравнивать славянские языки с английским, поскольку в последнем нет грамматической категории рода, в связи с чем данные языки не могут идти по общему пути развития.

Такое различие в тенденциях обозначения пола лица влияет и на процесс перевода текстов с русского языка на английский и наоборот. А. А. Ратманова отмечает, что в русскоязычных переводах преобладают номинации женского рода, а в англоязычных текстах чаще встречаются нейтральные многокомпонентные или однокомпонентные наименования

[Ратманова, 2021]. Были выявлены общие тенденции перевода профессиональных наименований женского пола с английского языка на русский в дискурсе СМИ. В русскоязычном переводе феминитивы используются в следующих случаях:

1) если речь идет о профессии, которую чаще ассоциируют с лицом женского пола;

2) если в тексте оригинала используется феминитив (*actress* – актриса);

3) если в исходном тексте ничто не указывает на то, что деятель – женщина, за исключением стилистически неблагозвучных неологизмов (*физичка, авторка*) [Там же].

В таких романо-германских языках, как испанский, французский и немецкий, есть грамматическая категория рода. В этих языках наблюдается аналогичная тенденция к активному появлению феминитивов-неологизмов и их употреблению с целью указания на лиц женского пола по профессиональной принадлежности и роду деятельности.

Во французском языке параллельные формы женского рода образуются чаще всего путем добавления суффикса *-e* к слову мужского рода (*professeur* – *professeure*). Однако здесь также есть определенные профессии, которые традиционно воспринимаются коммуникантами как «мужские», поэтому некоторые профессиональные номинации мужского рода используются в обобщенном значении в отношении представителей обоих полов, например, *médecin* (врач), *peintre* (художник), *gouverneur* (губернатор), *ministre* (министр). Есть два способа, к которым чаще всего носители французского языка прибегают для решения данной проблемы. Первый – замена артикля мужского рода на женский [Богданова, 2021]. Так, с приходом женщин в политику к обозначению мэра *Monsieur le Maire* добавилось обозначение *Madame la Maire*. В языке существует наименование *la mairesse*, и, с точки зрения словообразования, оно больше похоже на феминитив, однако оно не используется как профессиональное наименование, так как обозначает супругу мэра, а не само должностное лицо женского пола. Вторым самым

востребованным способом является создание феминитивов-неологизмов. Данная тенденция появления новых парных форм женского рода к мужским зародилась еще в 1980-х годах (например, *sénateur/sénatrice* – сенатор/сенатор-женщина). Отношение к феминитивам и восприятие их коммуникантами со временем сменилось, изначальное неприятие перешло к разговорам о возможных изменениях устоявшихся норм даже во Французской академии. Часть современных лексем женского рода уже можно найти в некоторых более прогрессивных, «либеральных» словарях [Читахова, Огородов, Селиванова, 2019].

М. К. Борисенко отмечает, что во французском языке, помимо суффиксального образования феминитивов, есть еще возможность использовать эпицен (одинаковую форму для обоих родов) с заменой артикля мужского рода *le* на *la* [Борисенко, 2020]. В ряде случаев здесь также прослеживается словообразовательная конкуренция, в частности, это происходит со словами мужского рода на *-eur* (суффикс может изменяться на *-euse*, *-esse*, *-eresse*, *-eure*, например, слово *chercheur* (исследователь, научный сотрудник) дает следующие возможные формы номинаций женского рода *chercheuse*, *chercheure*, *la chercheur* (как эпицен).

М. Н. Романкевич провела детальный анализ процесса становления феминитивов во французском языке и их постепенный переход от аномалии к языковой норме [Романкевич, 2021]. Исследователь отмечает, что ряд новых номинаций для лиц женского пола закрепился именно благодаря их регулярному употреблению в стандартных ситуациях общения, ключевыми факторами здесь стали «адекватность и уместность» лексем, а также их соответствие словообразовательным моделям. При этом есть ряд неологизмов, против которых выступает Французская академия, называя их «варварскими» (*procureure*, *sapeuse-pompierre*, *recteure*). Следовательно, не все феминитивы закрепляются в официальном французском языке. Это зависит не только от языковых особенностей лексической единицы, но и от

экстралингвистических факторов, например, от распространенности профессии среди женщин [Романкевич, 2021].

В 80-е годы XX века аналогичная тенденция к преодолению языкового сексизма наблюдается в испанском языке. Формы женского рода здесь выступают в качестве стилистически маркированных, а формы мужского рода, как и во многих европейских и славянских языках, предпочтительны для обобщенного обозначения смешанных групп. Однако испанскому языку присущ ряд грамматических особенностей, в частности, наличие существительных общего рода (*modelo, pianista, piloto*) и совмещенного рода. Существительные совмещенного рода представляют собой одушевленные существительные, употребляемые независимо от своего грамматического рода (неизменного – или мужского, или женского) по отношению к обоим полам. Но данные лексемы не настолько частотны и имеют достаточно узкий узус – либо для названий фауны (*la foca hembra – самка тюленя/la foca macho – самец тюленя*), либо по отношению к субъектам (*la persona – человек, la pariente – родственник*).

Формы женского рода существительных образуются путем добавления *-a* к формам мужского рода. Свидетельством «феминизации» испанского языка выступает тот факт, что ряд отглагольных существительных общего рода, оканчивающихся на *-nte*, приобретают окончание женского рода *-a*: *el rinoceronte* и *la rinoceronta* (*носорог – самка носорога*) вместо традиционной формы *el/la rinoceronte*, *el presidente* и *la presidenta* (*президент – президентка*) вместо традиционной формы *el/la presidente*. Использование феминитивов здесь также вызывает активные споры и дискуссии, но в дискурсе СМИ уже можно найти примеры, отражающие реалии современности: хотя некоторые женщины предпочитают традиционные профессиональные наименования в форме мужского рода (*la abogado – адвокат, la juez – судья, la médico – врач*), другая часть активно настаивает на использовании неологизмов женского рода, оканчивающихся на *-a* (*la abogada, la médica, la jueza*) [Зубкова, Котельникова, Киловатая, 2021].

Важно отметить, что было принято «Постановление правительства Испании от 22.03.1995 об официальном переименовании академических специальностей и квалификаций в зависимости от половой принадлежности тех, кому они присуждаются» (*Orden de 22 de marzo de 1995 por la que se adecúa la denominación de los títulos académicos oficiales a la condición masculina o femenina de quienes los obtengan*), которое в значительной степени изменило отношение к феминитивам и способствовало гендерно-корректной номинации профессиональных деятелей обоих полов, для обозначения которых исторически традиционно использовались слова мужского рода в обобщенном значении (*Doctor Ingeniero / Doctora Ingeniera – доктор технических наук; Profesor Especializado / Profesora Especializada – профессиональный специалист; Médico Especialista / Médica Especialista – специалист по медицине*) [Жорж, 2018].

Особое место среди европейских языков занимает немецкий, где имеется единая словообразовательная модель для образования феминитивов. С этой целью используется исключительно суффикс *-in*, который позволил создать парные наименования женского рода даже от названий профессий, которые традиционно употреблялись только в форме мужского рода (например, *Kanzler – Kanzlerin*). Эта тенденция зародилась в связи с ростом феминизации общества (увеличение количества женщин в социальных, экономических или политических сферах, а также появление присущих женщинам характеристик) [Савченко, 2020]. В немецком языке унифицированная модель с использованием единого для всех форм аффикса позволила этим лексемам органично войти в язык. Формы мужского рода пока еще используются для обозначения женщин-военных с добавлением обращения «*фрау*» (*Frau Offizier*). Однако Министерство обороны ФРГ планирует начать использовать феминитивы и в этой профессиональной сфере (*Feldwebelin, Oberstleutnantin*) [Орел, 2021].

Таким образом, во многих романо-германских языках (французском, испанском и немецком) прослеживается аналогичная тенденция к росту

употребления феминитивов-неологизмов. Поскольку данный процесс начался в указанных языках раньше (еще в конце XX века), часть новых лексических образований уже закрепились в словаре. Исключением является английский язык, где отмечается противоположная тенденция к гендерной нейтрализации, то есть к полному отказу от указаний на пол действующего лица, в частности, представителя той или иной профессии.

1.3.2.3. Обозначение лиц женского пола в смешанных группах

С проблемой образования феминитивов тесно связана проблема обозначения смешанных групп [Замышляева, 2021d].

В испанском языке при обозначении смешанных групп традиционно используется форма мужского рода множественного числа. Однако в настоящее время в качестве альтернативы иногда используется двойное название – *señoras y señores, ciudadanos y ciudadanas, chicos y chicas, niños y niñas, voluntarios y voluntarias*. Лингвисты, в частности, члены Испанской Академии, считают, что такая гендерная дифференциация является чрезмерной и неоправданной, поскольку она будет способствовать противопоставлению представителей разных полов [Зубкова, Котельникова, Киловатая, 2021].

Испанский язык предлагает ряд способов номинации смешанных групп. Первый способ, о котором уже упоминалось, – это обращение отдельно к представителям обоих полов. Например, *¡Buenos días, alumnos y alumnas!* (Доброе утро, ученики и ученицы!). Этот способ часто подвергается критике, т.к. предполагает использование довольно длинного словосочетания из двух существительных. Второй вариант – использование описательных слов для обозначения групп (использование прилагательного, причастия). Например, *¡Buenos días, al alumnado!* (Доброе утро, учащиеся!). Третий вариант – инклюзивное написание номинаций. Inclusive writing – форма инклюзивного (гендерно-нейтрального) языка, стремящегося избавиться от

отсылок к гендеру при описании смешанных групп людей. Например, традиционно используется слово *alumnas* для обозначения обучающихся женского пола и *alumnos* для обращения как к группе учеников-мальчиков, так и к смешанному классу. Были предложены следующие возможные варианты написания для общего класса – *alumnes*, *alumnxs*, *alumn@s*. Однако данные формы решают проблему с обозначением смешанных гендерных групп только на письме, и пока у носителей языка и специалистов-лингвистов нет четкого понимания, как правильно произносить и использовать данные образования в устной речи [Зубкова, Котельникова, Киловатая, 2021].

В немецком языке, как и в испанском, для обозначения смешанных групп используются слова множественного числа мужского рода (например, *Sehr geehrte Studenten* – «уважаемые студенты»). Альтернативой, позволяющей избежать асимметрии в языке при обращении к таким группам, стало использование форм множественного числа мужского и женского рода через союз и – *Studenten und Studentinnen* («студенты и студентки»), *Kollegen und Kolleginnen* («коллеги и коллеги женского пола»), *Besucher und Besucherinnen* («посетители и посетительницы») [Савченко, 2020]. Однако такие громоздкие сочетания противоречат тенденции к экономии в языке. Это привело к появлению в письменном речи конструкций, позволяющих сокращать написание – *StudentInnen* («студентКи»), *BesucherInnen* («посетительНицы») и *KollegInnen*. Подобное написание заглавной I в середине слова для выделения суффикса позволяет использовать форму *StudentInnen* как для мужчин-студентов, так и для женщин-студенток. На данный момент существует множество различных вариаций написания подобных сокращенных форм, что свидетельствует о появлении формы инклюзивного письма в немецком языке. Именно в немецкоязычных текстах впервые появился *gender gap* (гендерный пробел), который представляет собой нижнее подчеркивание, отделяющее часть слова, которая содержит в себе признаки грамматического рода, от оставшейся части лексемы

(например, *liebe Kolleg_innen* – уважаемые коллеги) [Гузаерова, 2017; Едличко, 2019]. Такой вариант написания уже активно используется рядом СМИ, университетов, а также политических партий. Данная тенденция проникла даже в научный дискурс – в 2014 году была выпущена книга под названием “*Wie Lehrer_innen und Schüler_innen im Unterricht miteinander umgehen*” (Как учителя и ученики взаимодействуют друг с другом в классе). Если консервативные СМИ в Германии чаще всего прибегают к традиционной форме обращения *Lehrerinnen und Lehrer* (учительницы и учителя), то либеральные медиа демонстрируют различные сокращенные формы с применением всевозможных символов (гендерный пробел или гендерная звездочка), например, *Lehrer*innen*, *Lehrer_innen* или *Lehrer/-innen*. Кроме того, можно встретить и описательные номинации, в которых используются не существительные, а прилагательные или причастия, например, *Lehrpersonen* и *Lehrende* (причастие – люди, обучающие кого-то). На немецком телевидении для обозначения форм существительных множественного числа с написанием через звездочку или нижнее подчеркивание телеведущие делают паузу, таким образом выделяя особенность их написания [Орел, 2021].

Рост популярности использования инклюзивного написания слов множественного числа наблюдается и в других языках, где также актуальна проблема обозначения лиц разного пола в смешанных гендерных группах. Такие тенденции наблюдаются и во французском языке, где употребление форм мужского рода множественного числа в обобщенном значении признается сексизмом.

Во французском языке активное обсуждение введения инклюзивного написания началось в 2017 году. Предлагается разделять на письме окончания мужского и женского рода знаком точки на уровне середины буквы (*les candidat·e·s*), то есть действовать по следующей формуле – основа / форма м. р. + суффикс ж. р./ окончание ж. р. + окончание мн. ч. Помимо изменения форм написания самих номинаций, рассматривается вариант

трансформации согласования слов, переход к так называемому «согласованию по близости». Таким образом, прилагательное будет склоняться по роду того существительного, которое расположено ближе к нему в предложении, например: *les hommes et les femmes sont belles* [Pech, 2017]. Данный вариант изменения нормы вызвал бурные споры, разделились даже взгляды учителей, а Французская академия выступила решительно против инклюзивного написания. Основным аргументом против таких нововведений является усложнение орфографии, что затруднит процесс освоения языка и увеличит разрыв между устным и письменным вариантами языка [Ильина, 2018].

В русском языке при обозначении смешанных групп так же, как и в немецком, испанском и французском языках, традиционно используются существительные мужского рода во множественном числе (например, *студенты, преподаватели*). Однако некоторые коммуниканты уже начинают использовать на письме варианты инклюзивного написания названий общих групп, следуя определенной языковой моде или стремясь показать свою «прогрессивность». Так, в анонсе выставки современного искусства «Хождение по краю» в Казани указано, что в ней «...принимают участие 7 художниц_ков...».

Также примеры использования инклюзивного написания можно обнаружить в социальных сетях. Ср.:

*Предлагаю услуги **репетитор_ки/ищу репетитор_ку*** (название беседы в сообществе в социальной сети Vkontakte).

Встречаются случаи использования гендерного пробела обучающимися различных образовательных учреждений, в том числе в информационных анонсах на страницах факультетов или структурных подразделений вузов в социальных сетях:

*Привет, **студент_ка!** 🙌 🍷 Мы искренне рады поздравить вас с окончанием учебного года! 🍷 [vk (3.07.2020)]*

За ссылкой в зум или пропуском (если вы не *студент_ка* РГГУ) - обращайтесь к координатору семинара Алексею Масалову [vk (7.02.2023)]

Студент_ка оплачивает билеты и взнос, в который обычно (! Подробнее читайте в *invitation package* конкретной страны) входят программа обмена, социальная программа, проживание и питание. [vk (24.02.2020)]

Таким образом, единичные примеры инклюзивного написания форм множественного числа для обозначения смешанных групп уже постепенно проникают и в русский язык, что подтверждает взаимовлияние языков и наличие определенного языкового тренда.

Выводы по главе 1

1. В рамках данного исследования в лексико-семантическую группу, обозначенную термином «феминитив», мы включаем номинации *лиц женского пола по роду деятельности, социальному статусу и социальной роли*. Наибольший интерес для изучения представляют феминитивы-неологизмы, поскольку возникновение новых видов деятельности и гендерные сдвиги в давно существующих профессиональных сферах привели к появлению новых лексем. В работе выделены два типа феминитивов-неологизмов, условно обозначенные как *неодериваты* (феминитивы, образованные от неологизмов, связанных с относительно новыми сферами деятельности, и прежде всего в IT-сфере) и *субдериваты* (феминитивы, образованные с нарушением языковой нормы, отклоняющиеся от нее и при этом формирующие новые модели словообразования для обозначения представителей тех профессий, при номинации которых традиционно употреблялась форма мужского рода в обобщенном значении).

2. Процесс изучения феминитивов начался в середине XX века. Большинство исследований в данной области посвящено словообразовательным аспектам. Анализ словообразовательных моделей

феминитивов позволил выявить смену значений ряда суффиксов, приобретения или утраты ими стилистической маркированности.

3. Феминитивы не представляют собой новое лингвистического явление, они активно функционируют в языке с конца XVIII – начала XIX века, что обусловлено экстралингвистическими факторами (ростом профессиональных возможностей для женщин). Причиной активизации данной лексико-семантической группы в коммуникативном пространстве одни ученые называют андроцентризм и борьбу с гендерной асимметрией в языке, а другие – языковые и коммуникативные процессы.

4. Современная языковая ситуация, сложившаяся под воздействием ряда экстралингвистических факторов, характеризуется процессом демократизации языка, в связи с чем в русском языке наблюдается сближение устной и письменной речи, рост значимости устной речи как формы существования языка (тенденция к орализации), увеличение общественной потребности в диалогической форме. Таким образом, в литературный язык проникают внелитературные элементы, что ведет к изменению языковой нормы, новым источником которой становятся СМИ. Сложившаяся языковая ситуация способствует активному росту употребления феминитивов, этот процесс отмечают как лингвисты, так и «рядовые» носители языка.

5. В славянских языках прослеживается сходная с русским языком тенденция к использованию феминитивов-неологизмов в разных типах дискурса. Подобный процесс актуализации феминитивов в романо-германских языках (испанском, немецком, французском) начался раньше – в конце XX века, поэтому на данный момент часть неологизмов уже закрепились в словарях и считается допустимой нормой. Исключение представляет собой английский язык, который, наоборот, демонстрирует тенденцию к гендерной нейтрализации.

6. Другим популярным языковым трендом является использование инклюзивного письма для обозначения смешанных групп. Поиск

подходящей формы, способной в достаточной мере отразить гендерное разнообразие участников группы, представляет собой актуальную проблему в испанском, французском и немецком, где предлагается ряд альтернатив традиционному употреблению формы множественного числа мужского рода. Однако на данный момент ни один из предложенных вариантов не является приоритетным, поскольку полностью не отвечает всем нуждам коммуникантов.

ГЛАВА 2. ФУНКЦИОНИРОВАНИЕ ФЕМИНИТИВОВ В НЕФОРМАЛЬНОЙ ИНТЕРНЕТ-КОММУНИКАЦИИ

2.1. Дискурсивная специфика интернет-коммуникации

Интернет выступает особым видом дискурса, включающим в себя разнообразные тексты, оформленные лингвистическими и экстралингвистическими средствами, существующие в определенных условиях, детерминированных психологическими, социальными и культурными факторами.

Е. Н. Галичкина выделяет следующие особенности интернет-дискурса:

- виртуальность;
- электронный сигнал общения;
- дистанционность;
- опосредованность;
- проницаемость (любой пользователь может включиться в коммуникацию);
- гипертекстуальность;
- креолизованность;
- равноправие участников;
- передача эмоций и чувств через графические средства;
- сочетание разных типов дискурса;
- специфическая этика (компьютерная этика – совокупность принципов и правил поведения людей, общающихся в компьютерной среде) [Галичкина, 2001].

Некоторые исследователи рассматривают Интернет как особый вид дискурса исходя из того, что он совмещает в себе особенности устного и письменного дискурса. Среди признаков устной речи стоит выделить динамичность, спонтанность создания и восприятия, преимущественную диалогичность и полилогичность, использование кратких и незаконченных

предложений, необратимость, поступательный и линейный характер возникающего текста, грамматическую небрежность, построение текста посредством ассоциативных присоединений. Для письменной речи характерно следующее: ориентация текста на восприятие органами зрения, письменные тексты обычно представляют собой монолог, возможность создания текста в статическом пространстве, фиксация текста в пространстве и времени, отсутствие в тексте невербальных средств [Вересовая, 2012].

Следовательно, речь в сети Интернет описывается как «письменная разговорная речь». В рамках интернет-дискурса письменной речи действительно присущи многие характеристики устной речи: неподготовленность, избыточность речевых средств, частое использование жаргонизмов и сокращений. Интерактивная коммуникация приближает темп речи к темпу устного общения, что вкупе с неформальностью обстановки многих коммуникативных площадок в Интернете обеспечивает приближение стилистики речи к устной.

Под неформальной коммуникацией, вслед за А. Ю. Ларионовой, мы понимаем «тип массовой коммуникации, в которой речетворческое поведение коммуникантов отвечает естественной потребности не быть ограниченными в средствах самовыражения и взаимодействия с другими людьми, а языковые новации не могут быть включены в качестве самостоятельных в письменные официальные источники» [Ларионова, 2016, с. 466]. Поскольку неформальная коммуникация ориентирована на экспрессивную функцию языка, для нее характерно использование коммуникантами детальных и оригинальных образов, определенных оценочных средств, а также компрессионных средств репрезентаций.

По мнению А. Ю. Ларионовой, из-за тотального расширения неформальной коммуникации сейчас наблюдается «неологический бум». К активным языковым процессам исследователь относит использование неузуальных грамматических форм, семантические изменения и новую сочетаемость [Там же].

А. Ю. Ларионова убеждена, что современная языковая ситуация, в частности демократизация, повлияла на универсализацию неформального стиля общения. Автор называет следующие ключевые факторы, способствующие развитию данной тенденции:

– социальный фактор (коммуникантам присуща социальная и эмоциональная потребность в творческой речи);

– лингвокреативный фактор (коммуниканты отдают предпочтение невуальным, стилистически маркированным формам, целенаправленно прибегают к нарушению языковой нормы);

– коммуникативный фактор (коммуниканты склонны к лингвокреативному мышлению, которому характерно не однозначное, автоматическое восприятие информации, а ее творческая интерпретация);

– ментальный фактор (черты приватного, неформального общения проникают и в публичные сферы) [Ларионова, 2016].

Все указанные черты неформальной коммуникации особенно отчетливо прослеживаются в межличностном общении сетевых пользователей. Интернет-система была создана на основе структуры языковой системы, таким образом, Интернет представляет собой прежде всего языковую среду, в которой появляются новые языковые жанры, например, форумы, чаты, блоги и т.д. Они обладают определенными лингвистическими особенностями [Вересовая, 2012].

Язык не просто реализуется в среде Интернет, наоборот, Интернет обладает собственным языком с его отличительными чертами. Основным принципом языка Интернета является принцип наименьшего усилия – люди стремятся снизить количество времени и усилий, прилагаемых для кодирования и декодирования сообщения, при этом без вреда для его содержания [Там же].

В целях языковой экономии в интернет-коммуникации часто используются графические средства для краткой передачи информации и создания эмоционального фона.

Среди характерных особенностей интернет-дискурса часто называют нарушение известных норм грамматики, орфографии и лексики. Спонтанный характер общения в Интернете обуславливает появление опечаток. В сети не уделяется пристального внимания орфографической грамотности. Многие целенаправленно совершают ошибки в написании слов, но это является здесь дополнительным видом экспрессии. Орфографическая грамотность помогает подчеркнуть серьезность и уровень образованности автора, а также проявить уважение к собеседнику. Для коммуникантов важна содержательная сторона высказывания, поэтому они не обращают внимания на языковые ошибки, не мешающие восприятию информации [Лутовинова, 2009]. Н. Г. Асмус утверждает, что особая система орфографии, созданная с целью компенсации отсутствия просодических средств, в рамках интернет-общения позволяет облегчить процесс коммуникации [Асмус, 2005].

А. В. Галан в качестве одной из неотъемлемых особенностей неформального интернет-дискурса называет эрратизацию, особенно в общении молодых людей, с целью придания отдельным словам и выражениям дополнительной эмоциональной окраски [Галан, 2020].

Эрративы в качестве одной из форм неологических единиц в языке Интернета упоминает и В. Ф. Хайдарова. Автор приводит классификацию неологизмов, вошедших в язык, благодаря развитию сетевого общения:

– лексемы, пришедшие из жаргона определенных, зародившихся в Интернете субкультур (сюда входят и эрративы – *аффтар жжот, выней йаду*);

– неологизмы, появившиеся в языке посредством метафорического переосмысления цифровой терминологии (*гуглить, девайс*);

– словарные единицы популярные в Интернете, источниками которых являются литература, кинематограф (*учи матчасть*) и т.д. [Хайдарова, 2015].

Использование определенных лексико-семантических средств позволяет пользователям идентифицировать «своего» в рамках виртуального общения, найти человека с похожими взглядами [Асмус, 2005].

Е. Н. Галичкина считает, что виртуальная коммуникация представляет собой замысловатую комбинацию разных видов дискурса, поскольку интернет-дискурс в разных его формах и жанрах может обладать признаками бытового, делового, научного, рекламного и других дискурсов [Галичкина, 2001].

В рамках данного исследования мы будем рассматривать неформальный интернет-дискурс, включающий в себя жанры, связанные с межличностным общением пользователей сети, а именно чаты, форумы, сетевые сообщества, комментарии к публикациям, переписку в мессенджерах. Вслед за А. Е. Войскунским, к личностно-ориентированной интернет-коммуникации мы также относим блоги. Главными характеристиками данного жанра выступают неограниченность в языковых средствах, выраженная авторизация, диалогичность, отсутствие ограничений пространства и времени и равный статус коммуникантов [Войскунский, 2001]. В. В. Катермина и Т. О. Илмаз-Леденева отмечают, что назначение сетевых сообществ, объединяющих людей со сходными интересами, заключается в том, чтобы «дать всем возможность свободного общения с теми, кто им близок по мировосприятию, и тем самым получить положительные эмоции от ощущения коллективной идентичности и самовыражения в кругу друзей» [Катермина, Илмаз-Леденева, 2019, с. 64].

Таким образом, развитие сети Интернет породило целый ряд новых форм и жанров речевого взаимодействия, в которых максимально реализовались все выделенные И. А. Стерниным особенности современной коммуникации (см. раздел 1.3.1).

Неформальная интернет-коммуникация занимает в современном интернет-дискурсе особое место. Именно в данной разновидности интернет-дискурса появилось и продолжает появляться большое количество новых речевых жанров (социальные сети, блоги, комментарии и т.д.) и наблюдаются значимые сдвиги в области речевых и языковых процессов, в частности, появление письменной формы разговорного дискурса и появление

большого количества неологизмов, реализующих возможности языковой системы вопреки норме.

2.2. Лингвистические исследования феминитивов в сети Интернет

Поскольку феминитивы в сознании носителей языка ассоциированы прежде всего с разговорным стилем, данная лексико-семантическая группа широко представлена в интернет-жанрах неформальной коммуникации. Очевидно, что данное явление не могло остаться без внимания лингвистов. В последнее время появились исследования, посвященные изучению феминитивов как в интернет-коммуникации в целом, так и в отдельных жанрах.

М. Е. Секерина и Ю. Г. Захарова рассматривают функционирование феминитивов в женских интернет-блогах [Секерина, Захарова, 2017]. В работе приведены примеры использования неологизмов в различных феминистских сообществах. Кроме того, исследователи широко понимают термин *феминитив*, включая в данную лексико-семантическую группу не только обозначения по профессии, по роду деятельности, но и обозначение лиц женского пола как социальной группы (*людини*). М. Е. Секерина и Ю. Г. Захарова выделяют продуктивные и непродуктивные словообразовательные модели для феминитивов-неологизмов, основываясь на примерах, найденных в женских пабликах (публичная страница, на которой размещаются записи) в социальных сетях, и подчеркивают их вариативность. Исследователи отмечают также активизацию устаревших номинаций (*танцорка, актерка*). М. Е. Секерина и Ю. Г. Захарова приходят к выводу, что феминитивы являются потенциальными словами и имеют шансы официального закрепления в словаре, благодаря их широкому употреблению в интернет-коммуникации [Секерина, Захарова, 2017].

Е. А. Челак связывает растущую популярность феминитивов с экстралингвистическими факторами – зарождением гендерной лингвистики и

широким распространением феминистского движения [Челак, 2018]. Проанализировав 225 феминитивов, лингвист выделяет 7 тематических групп:

- ядерное пространство выявленных феминитивов представлено тематической группой «Профессия» (52%);
- околоядерное пространство – тематическими группами «Вид деятельности» (18%) и «Социальный и общественный статус» (12%);
- периферийное пространство – группами «Оценка», «Личностные качества», «Отношение к спорту» и «Активная деятельность».

Е. А. Челак отмечает, что в большинстве случаев появление феминитивов-неологизмов обусловлено необходимостью обозначить новые профессиональные сферы деятельности. Автор приходит к выводу, что активизация феминитивов в современном языке вызвана влиянием межкультурной коммуникации, которая стала доступнее благодаря интернет-общению [Челак, 2018].

Е. В. Пугачева рассматривает феминитивы как объект метаязыковой рефлексии интернет-пользователей [Пугачева, 2020b]. Исследование посвящено анализу высказываний коммуникантов, в которых они выражают свое отношение к процессу форсированной феминизации языка. Автор утверждает, что в интернет-сообществе растет интерес к данной лексико-семантической группе и процесс обсуждения постепенно превращается в общественную дискуссию. Языковая игра выступает в качестве ключевого инструмента языкового сопротивления, так как позволяет выразить негативное отношение к феминитивам. Так, при помощи словообразовательной игры высмеивается предпочтение сторонников феминитивов использовать данную лексико-семантическую группу в различных сферах. Ср.:

Авторка, писательша, прозайка, поэтесса,

И Союз писателей почетная членесса [URL: https://vk.com/depr_int].

Особый интерес вызывает исследование Е. В. Пугачевой «Неофеминитивы в интернет-коммуникации: образование, функционирование» [Пугачева, 2020а]. Автор предлагает новый термин для обозначения неологизмов, используемых для номинации женщин по роду деятельности – неофеминитивы. Е. В. Пугачева анализирует производные от слов на *-лог*, выделяет наиболее продуктивные словообразовательные модели, среди которых *-ичк(а)*, *-есс(а)*, *-ш(а)*, *-ин(я)*, *-их(а)*. Изучив примеры использования данных неофеминитивов в неформальной интернет-коммуникации (комментарии и публикации в социальных сетях), автор приходит к выводу, что всплеск словотворчества и бурное обсуждение профессиональных номинаций женского рода в сети Интернет свидетельствуют об объективной потребности в лексемах, обозначающих роль женщины в современном обществе.

Исследование О. А. Козьяковой и О. Л. Кочевой «Гендерный аспект языка блогосферы» посвящено изучению процесса текстопорождения в социальных сетях [Козьякова, Кочева, 2022]. Проанализировав многочисленные видеоролики на YouTube, авторы приходят к выводу, что в языке блогосферы прослеживается как тенденция к феминизации, так и тенденция к маскулинизации языка. Этот факт демонстрирует подверженность языка влиянию различных, иногда противоречивых экстралингвистических факторов. Использование блогером феминитивов в тексте публикации, по мнению О. А. Козьяковой и О. Л. Кочевой, позволяет установить его отношение к движению феминизма. Маскулинность языка блогосферы проявляется в следовании мужским моделям речевого поведения, например, использование коротких, неметафоричных фраз, отражающих только основную идею [Там же].

В. К. Солтыс в исследовании «Язык блогосферы Рунета: гендерный аспект» [Солтыс, 2020] отмечает в качестве одной из ключевых тенденций языка Интернета словотворчество, а именно появление большого числа феминитивов-неологизмов. Автор перечисляет различные

словообразовательные модели, к которым прибегают сетевые пользователи, а также подчеркивает вариативность образования феминитивов, что, по мнению В. К. Солтыс, свидетельствует об активном росте их употребления. Однако отмечается, что все используемые с данной целью аффиксы имеют дополнительную стилевую окраску. По этой причине В. К. Солтыс утверждает, что феминитивы-неологизмы хотя и обогащают словарный состав языка, но могут применяться исключительно в рамках разговорного стиля и не решают в полной мере задачу репрезентации женщин в различных сферах деятельности.

Таким образом, вопрос функционирования феминитивов в интернет-коммуникации является актуальным, однако на данный момент эту область нельзя считать достаточно исследованной. Современные лингвисты анализируют феминитивы-неологизмы, используемые коммуникантами в постах и комментариях к ним в различных социальных сетях. Исследователи солидарны в том, что именно широкое распространение сети Интернет способствовало активизации феминитивов в современном языке.

2.3. Функционирование феминитивов в интернет-дискурсе

2.3.1. Основные тенденции употребления феминитивов в интернет-коммуникации

В нашем исследовании мы рассматриваем специфику функционирования феминитивов в неформальной коммуникации, в частности, случаи использования феминитивов в постах-публикациях в социальных сетях, в комментариях к ним, в названиях профилей пользователей, в личных отзывах на сайтах и форумах, а также в мессенджерах. Всего в данной сфере коммуникации нами проанализировано более 500 лексических единиц.

Как показал анализ, целесообразность употребления феминитивов в виртуальном общении обусловлена тем, что они позволяют одновременно

кратко обозначить и профессиональную принадлежность, и пол лица, о котором идет речь. Тот факт, что феминитивы-неологизмы официально не закреплены в языке, не препятствует их использованию коммуникантами. Это становится возможным и даже поощряется, поскольку интернет-общению присущи многие черты устной речи, в том числе активное употребление новых слов, которые удовлетворяют коммуникативным потребностям пользователей и создаются по существующим в языке словообразовательным моделям.

В связи с этим основное внимание в работе мы уделяем феминитивам-неологизмам, функционирующим в неформальном интернет-дискурсе.

Феминитивы-неологизмы в неформальной интернет-коммуникации с определенной долей условности можно разделить на две группы: неодериваты и субдериваты. Под первой группой понимаются феминитивы, образованные от слов, вошедших в язык сравнительно недавно в связи появлением новых сфер и видов деятельности. Под второй группой неологизмов подразумеваются феминитивы, используемые для номинации профессиональных деятелей женского пола в тех сферах деятельности, где традиционного употреблялась форма мужского рода в обобщенном значении.

В группе неодериватов можно выделить две тематические подгруппы. Первую составляют феминитивы, образованные от названий новых профессий и видов деятельности, связанных с развитием ИТ-технологий, жанрами и формами интернет-коммуникации: *компьютерщица*, *программистка*, *айтишница* и др. [Замышляева, 2021b]. Необходимость выделения данных неологизмов в особую группу определяется спецификой деятельности, осуществляемой в сети Интернет (см. раздел 2.1). Ср.:

*У меня до*ра знакомых айтишниц, сами себе дорогу пробили, сами работают, сами довольны [telegram Rozetked Discuss (09.09.2022)].*

Александра Элбакян — программистка из Казахстана, занимается нейрокомпьютерными интерфейсами [vk (28.09.2018)].

*На этом канале вы узнаете, какие тактики и стратегии применяет **айтишница** в жизни... [канал на dzen.ru].*

*Я неопытная **компьютерица** и не знаю как написать в асю [Компьютерный форум OSzone.net (23.10.2008)].*

Из-за разнообразия словообразовательных моделей, некоторые названия профессий могут иметь несколько вариантов. Ср.:

1. **Блогерша – блогерка**: *Эта блогерша даже пошутила в видео, мол её первая квартира в Нью-Йорке была скорее всего даже меньше [telegram Rozetked Discuss (25.10.2020)]; Когда твой начальник — алгоритм, где там возможна солидарность блогеров и курьерок, и прочее важное обсуждают на внятном языке и с интересными соучастницами [telegram интернет-кафе (18.03.2021)].*

2. **Веб-дизайнерша – веб-дизайнерка**: *WEBSTASI / Веб-дизайнерша [бот в telegram]; Я веб-дизайнерка и тильда-экспертка, помогу вашему бизнесу отличиться на фоне конкурентов и заинтересовать целевую аудиторию [профиль фрилансера на freelance.habr.com].*

3. **Сисадминша – сисадминка**: *А где видно, что она сисадминша? [ucrazy.ru (10.08.2020)]; В интернете появилось видео Блондинка сисадминка [flenov.info (21.11.2008)].*

4. **Стримерша – стримерка**: *Каждой стримерше по такому набору пожалуйста [telegram Rozetked Discuss (21.01.2022)]; Ani_Kokos / начинающая стримерка [канал в telegram].*

5. **Геймерша – геймерка**: *Сынкам тоже иногда везёт попасть в струю её интереса, например, если она геймерша или ролевик, а может быть, балдеет от стихов в свою честь [vk (28.09.2018)]; Кэтрин «Mystik» Ганн — одна из самых успешных киберспортсменок в истории Halo: Reach, а также первая геймерка, которая попала в книгу рекордов Гиннеса в 2015 году [vk (6.07.2021)].*

6. *Тиктокерша* – *тиктокерка*: прлсто известная *тиктокерша*, которую недолюбливают [telegram Чат для художников (12.02.2022)]; очередная *тиктокерка* (*hebeshechka*) [канал в Telegram].

7. *Хейтерша* – *хейтерка*: Как *хейтерки* опять попытались в аргументы, но у них ничего не получилось [vk (23.05.2023)]; *Хейтерша* обозвала меня в комментариях два раза [dzen.ru (5.12.2022)].

8. *Ютуберша* – *ютуберка*: Мария Романова — русскоговорящая виртуальная *ютуберша* и художница [профиль на Fandom]; *Ютуберка* в *майнкрафте* [аккаунт на pikabu.ru].

Мы также проанализировали корпус «Социальные сети» Национального корпуса русского языка, чтобы установить частотность использования данных лексем. Интересно отметить, что вариант *блогерша* встречается значительно чаще лексемы *блогерка* (в 31 и 1 текстах соответственно). Вариант *сисадминка* встречается в одном тексте, а *сисадминша* в материалах данного корпуса пока отсутствует. Некоторые феминитивы, не имеющие параллельных форм, также представлены в корпусе немногочисленными примерами. Феминитив *айтишница* употребляется в 4 текстах, *программистка* – в 13, *стримерша* – в 13, *геймерша* – в 11, *тиктокерша* – в 3. Другие лексические единицы в корпусе «Социальные сети» нами не были найдены, но это может быть обусловлено и тем, что он появился относительно недавно.

Данная подгруппа является самой многочисленной и составляет 50% от общего числа проанализированного материала. Она выполняет прагматическую функцию обозначения лица по полу.

Вторую подгруппу феминитивов-неологизмов, обозначенных нами как неодериваты, составляют слова, образованные от названий новых профессий, которые не связаны с сетью Интернет (*риэлтерша*, *промоутерка* и т.п.)

На основании материала краткого энциклопедического словаря «1000 профессий традиционных, новых, редких» [Горбунова, Кирилюк, Орешкина, 2011] мы выделили ряд профессий, появившихся относительно недавно. В

неформальной интернет-коммуникации были обнаружены следующие феминитивы, образованные от названия новых профессий (некоторые из них имеют несколько вариантов, т.к. образованы при помощи разных суффиксов):

1. *Аудиторша*: *Занудная Аудиторша* [профиль на сайте klerk.ru].
2. *Аниматорша – аниматорка*: *Ребекка Дарт, комиксистка и аниматорша* [livejournal.com (15.02.2012)]; *аниматорка с польши и аниматор из чехословакии супер!* [tripadvisor (15.07.2014)].
3. *Байерша – байерка*: *Ушлая байерша Алина Розанова подбирает гардероб для мужчины на осенне-зимний период* [vk (04.10.2014)]; *Байерка. Турция. Zara /H&M/Adidas* [аккаунт в vk.com].
4. *Брокерша*: *Какая брокерша, через банк все делается или агентство известное* [комментарий на woman.ru (22.04.2023)].
5. *Букмекерша*: *Невзирая на это, стареющая опытная букмекерша Амелита остается верна своей работе, которой занимается почти 20 лет* [описание фильма на prosto-top.com/].
6. *Дистрибьюторша – дистрибьюторка*: *Дистрибьюторша привезла ему и Бимку* [dzen.ru (11.05.2022)]; *Вот пример из жизни: дистрибьюторка приглашала меня на встречи, а там мне давали подарки (духи, кремы)* [комментарий на b17.ru].
7. *Инвесторша – инвесторка*: *ИНВЕТОРША НА ЛАЙТЕ* [канал в telegram]; *Дневника Начинаящей Инвесторки* [канал в telegram].
8. *Менеджерка – менеджерщица*: *Менеджерка у аппарата* [канал в telegram]; *Но на этой неделе я напоролась на очередную беспмятную менеджерщицу* [dzen.ru (10.11.2020)].
9. *Продюсерша – продюсерка*: *Эта продюсерша такая прожженная дама* [vk (03.06.2020)]; *Продюсерка Мари* [канал в telegram].
10. *Риэлторша – риэлторка*: *Хитрая риэлторша, или вторичное жильё в ипотеку* [rikabu (13.03.2023)]; *ЛЫСАЯ РИЭЛТОРКА – как такое случилось....* [vk (7.04.2022)].

В НКРЯ в корпусе «Социальные сети» представлены следующие феминитивы данной подгруппы:

Аудиторша (1 пример): *** – *А Волков-то, оказывается, свой чувак! – доверительно сказал бухгалтер Зверев **аудиторше** Акуловой. – Раньше либо молчит, либо умничает, либо с начальством склочничает, а сейчас говорит нормально, как все, с коллективом тусуется, и, реально, весь прикольный стал, по типу!* [vk (28.09.2018)].

Аниматорша (3 примера): *Я помню, что когда я была маленькая, в Турции я прилипла к какой-нибудь **аниматорше**, влюблялась в нее и все время болталась рядом, восхищаясь, какая она крутая и вообще,) а сейчас я поняла, что я стала той самой крутой **аниматоршей**, на мне постоянно виснут дети, постоянно крутятся около нашей школы, дерутся, кто наденет мои солнечные очки ☺ Вот такие дела.* [vk (28.09.2018)].

Менеджерка (1 пример): *Я спросила у **менеджерки**, а как бы ей понравилось, если бы про неё такое «пошутили»? [vk (28.09.2018)].*

Менеджерица (5 примеров): — *Вы совершенно правы, — вкрадчиво промолвил владелец лавки, делая **менеджерице** страшные глаза [vk (10.04.2016)].*

Продюсерша (2 примера): *Не хотел — сидел бы дома со своей **продюсершой** [vk (28.09.2018)].*

Продюсерка (1 пример): ***Продюсерка** Шонда Раймс, к сожалению, не впервые использует такой прием [vk (26.04.2014)].*

Риэлторша (2 примера): *Кстати помоему одна и та же риэлторша занимается общагами по Врн куда не позвони, которая не в курсе всех деталей, поэтому она не при делах, просто всей сути может не знать. [Россия в 21 веке. Часть 8 (2020-2021)].*

Самой продуктивной словообразовательной моделью для данных феминитивов-неологизмов становятся образования с суффиксом *-ш(а)*. Слова данной подгруппы составляют 30%. Как и феминитивы-неологизмы из

первой подгруппы, они используются для реализации прагматической функции обозначения лица по полу.

Важно отметить, что такие феминитивы-неологизмы, появившиеся в языке относительно недавно благодаря развитию сети Интернет и появлению новых видов деятельности, воспринимаются коммуникантами как стилистически немаркированные.

Можно предположить, что активность феминитивов-неодериватов обусловлена тем, что соответствующие названия сфер и видов деятельности также являются неологизмами, поэтому в сознании носителей языка, с одной стороны, не ассоциированы с деятелем по признаку пола, с другой стороны, не ограничены жестким использованием нормированных форм исключительного мужского рода. Для подобных профессий коммуникантами активно используются номинации как мужского, так и женского рода, что способствует активизации феминитивов-неологизмов.

Вторую группу представляют неологизмы, образованные от слов, давно существующих в русском языке, но при этом либо не имевших параллельных форм женского рода, либо образованных с использованием других словообразовательных моделей (*авторка, редакторка* и др.). Данная группа составляет 20%.

Феминитивы, условно обозначенные нами как субдериваты (*авторка, врачка, психологиня*), используются в соцсетях в качестве средства нарочитого противопоставления общепринятым наименованиям мужского рода. Ср.:

Звание почетного мужчины для этого не нужно, выслуживаться не нужно, можно сразу с гордостью говорить: «Я – докторка!», потому что нет стыда за пол. [vk (20.05.2021)]

Мне слегка режет ухо, когда меня называют, например, "автором", а не "авторкой", но повторяюсь, я могу понять. [vk (21.03.2021)]

Подобные феминитивы активно используются в женских пабликах для того, чтобы в ситуации виртуального общения передать информацию не

только о роде деятельности человека, но и о его гендере, особенно в тех сферах деятельности, где пол специалиста имеет значение (см. п. 2.3.3.). Например, здесь часто встречаются слова *гинекологиня*, *докторка* и др. Ср.:

Говорят, еще и новая гинекологиня сейчас на учебе, и прием ведет кто-то другая [vk (28.09.2018)].

Докторка Мишель Хакаха, сертифицированная гинекологиня, рассказывает: "Подобный сценарий маловероятен, но возможен: Если у женщины короткий менструальный цикл (например, 24 дня), и семь дней приходятся непосредственно на саму менструацию, то овуляция начинается уже на третий день после ее окончания [vk (28.09.2018)].

Что говорит в данном случае ваша педагогиня? [livejournal.com zina-korzina (02.04.2013)].

Феминитивы-субдериваты выполняют стилистическую функцию «игры на понижение», т.е. приобретают в контексте соответствующую стилистическую окраску: ироническую, просторечную и др. Ср.:

— в шутку спросил мой коллега, представлявший журнал «Скепсис». Астрологиня отреагировала обиженно-серьезно: — Да. Вы правы [vk (28.09.2018)].

Авторка завлекает юмором и хорошо прописанными персонажами:) [telegram Чат для художников (23.09.2021)].

Я только через 5 минут вкурил, что это пишет преподаша английского из университета [vk (28.09.2018)].

Вместо желанного наследника принесет девочку, которая потом станет лучшей политикессой (правительницей) в истории страны — наконец-то переплюнет несколько переоцененную на мой взгляд Екатерину II (я — давний фан Елизаветы Петровны) [vk (08.06.2013)].

Таким образом, в неформальной интернет-коммуникации представлены две группы феминитивов-неологизмов. Неодериваты представлены номинациями, связанными с обозначением новых видов деятельности в IT сфере, и профессиями, появившимися относительно

недавно. Данные лексемы, как правило, воспринимаются коммуникантами как немаркированные и выполняют прагматическую функцию обозначения лица по полу. Реже встречаются феминитивы-субдериваты, которые нередко имеют определенную стилистическую окраску. Подобные лексемы выполняют такие прагматические функции, как нарочитое противопоставление номинациям мужского рода и указание на гендер в сферах, актуальных для коммуниканта, а также используются для реализации стилистического приема «игры на понижение».

2.3.2. Использование феминитивов для профессиональной самопрезентации в социальных сетях

В настоящий момент функциональные возможности социальных сетей значительно расширились. Они больше не представляют собой исключительно онлайн-площадки, предлагающие развлекательный контент или позволяющие общаться с другими пользователями. Сейчас социальные сети также выступают в качестве маркетплейсов товаров и услуг, рекламных площадок для создания и продвижения личного бренда и поиска клиентов, платформ для установления новых контактов [Рослякова, 2019]. Социальные сети активно используют индивидуальные предприниматели и самозанятые граждане для поиска клиентов, работодатели и соискатели вакансий (на аккаунтах компаний в социальных сетях есть возможность выкладывать актуальные объявления о работе), представители творческих профессий для публикации портфолио в фото- и видеоформате.

Чтобы продать свои товары и услуги, либо быть принятым на работу в определенную компанию, человек делает упор на отражении присущих ему актуальных социальных и личностных характеристик, которые особенно востребованы в данной сфере [Зеленина, Тойкина, 2015]. Профессия и пол, наравне с возрастом и уровнем образования, относятся к социальным характеристикам [Жеребило, 2010]. Согласно И. Гофману, указание на пол относится к визуальной вербальной информации, «личному фасаду» как к

одной из структурных составляющих личной информации в рамках аккаунта в социальных сетях [Гофман, 2000].

Интернет является одним из самых эффективных инструментов профессиональной самопрезентации [Селиванова, 2012]. Носители различных лингвокультур могут разными способами указывать свою профессиональную принадлежность в социальных сетях, поскольку образ идеально подходящего соискателя для работодателя строится за счет перечисления определенных качеств и навыков, значимых в рамках конкретной лингвокультуры [Зеленина, Тойкина, 2015]. Как известно, самопрезентация – акт самовыражения в процессе общения, направленный на создание определенного впечатления о себе у аудитории, в качестве которой может выступать как отдельный человек, так и группа людей [Шкуратова, 2011]. Профессиональная самопрезентация позволяет сформировать в процессе общения образ специалиста в определенной сфере.

Для выявления социальной, а значит, и коммуникативной востребованности феминитивов нами проведено анкетирование, целью которого было установить, важен ли представителям русской лингвокультуры пол специалиста, к которому они обращаются за услугами.

Участникам опроса были заданы следующие вопросы:

1. Используете ли вы феминитивы в речи? Если да, то какие?
2. В рамках какого общения вы чаще всего используете феминитивы?
3. Каких специалистов вы ищете с помощью социальных сетей?
4. Важен ли вам пол специалиста, к которому вы обращаетесь? Если да, то в каких сферах деятельности?
5. Упоминаете ли вы пол специалиста, к которому обращались за услугами, когда рассказываете о нем? Если да, то с помощью каких средств?

Количество респондентов – 55 человек обоих полов в возрасте от 18 до 45 лет. Важно отметить, что молодые женщины до 35 лет составили большинство опрошенных. По результатам опроса мы установили следующее:

1. 56% респондентов употребляют феминитивы в речи. Самыми часто используемыми феминитивами являются *авторка/авторша, блогерка, врачиха, директриса, докторка/докторша, редакторка, учительница, преподавательница, спортсменка, студентка, психологиня*.

2. Феминитивы используются, как правило, в устном или интернет-общении. Среди феминитивов, регулярно используемых респондентами в неформальном общении, присутствуют не только официально закрепленные в языке формы (*учительница, преподавательница, спортсменка, студентка*), но и разговорные неологизмы (*авторка/авторша, блогерка, докторка/докторша, редакторка, психологиня*).

3. Участники опроса ищут в социальных сетях следующих специалистов: врачей, психологов, массажистов, специалистов индустрии красоты (визажистов, мастеров маникюра и т.д.), репетиторов, фотографов.

4. Для 43% опрошенных пол специалиста не является важным критерием при выборе. Для 11% респондентов это ключевой фактор, а для большинства (46%) значимость гендерной принадлежности зависит от рода деятельности. Чаще всего пол является важным критерием при подборе *врача, психолога, репетитора* (для ребенка), *бьюти-мастера, массажиста*.

5. 76% респондентов акцентируют внимание собеседника в речи на гендерной принадлежности специалиста, когда делятся впечатлениями о приобретенных товарах или услугах. Данная отсылка к гендеру реализуется опрошенными через употребление определенных грамматических форм прилагательных и глаголов (51%) и феминитивов (36%).

Проведенный опрос показал, что для представителей русскоязычной лингвокультуры упоминание гендерной принадлежности профессионального деятеля важно, если речь идет о специалисте в сфере услуг. Это, в свою очередь, может выступать одним из факторов, способствующих активизации феминитивов в современном русском языке.

Значимость пола специалиста в сфере услуг также подтверждает тот факт, что коммуниканты активно используют феминитивы, когда оставляют отзывы на сайтах о проделанной кем-то работе. Ср.:

*Поробовала эту водичку примерно год назад, знакомая **дистрибьюторша** посоветовала. Особой радости от этой воды я не испытала!* [<https://otzovik.com/>, 09.09.2011].

*Этот препарат мне прописала **гинекологиня**, когда я пришла к ней с такими жалобами, как...* [<https://irecommend.ru/>, 21.09.2015].

*прекрасный мини-отель с низкими ценами, но очень приятным сервисом. всё чисто, убрано, очень вежливая и приятная **администраторка** показала все удобства, и, в целом, расположила к получению приятных эмоций во время проживания, а сам номер (семейный эконом), несмотря на небольшие размеры, оказался уютным и вместительным* [<https://101hotels.com/>, 20.02.2023].

Важность четкого указания на пол профессионального деятеля прослеживается и в объявлениях о работе. При поиске специалиста женского пола через посты или комментарии в социальных сетях интернет-пользователи регулярно используют феминитивы. Ср.:

*Здравствуйте. Анонимно, пожалуйста. Ищу **психологиню**. Бюджет 1000-1500* [vk (4.08.2023)].

*Ищу **тренерку** (по интернету), потому что тоже хочу такую фигуру!* [vk (23.07.2020)].

*Ищу **репетиторку** по укулеле! Знаю азы, хочу освоить красивый бой и перебор* [vk (13.08.2019)].

*Предлагаю услуги **репетиторки** по русскому языку и литературе. Готовлю к ЕГЭ, ОГЭ и другим экзаменам, помогаю делать домашние задания, учу писать содержательные, красивые тексты. Работаю как с детьми (с 5 класса и старше), так и со взрослыми любого возраста. Если у вас есть какой-то особый, необычный и т.д. запрос – пишите, все обсудим* [vk (16.08.2019)].

Срочно ищу администраторшу в стоматол. клинику! Обязательное требование: знание русского, английского и узбекского языков [telegram канал «Работа в Самарканде»].

Если пол будущего сотрудника не имеет значения, компании в объявлении могут указать феминитив совместно с наименованием профессии мужского рода, причем данная тенденция прослеживается не только в социальных сетях, но и на официальных сайтах-агрегаторах по поиску работы. Ср.:

*Мы открываем набор на позицию **web-дизайнерки (дизайнера)**. Рассмотрим дизайнеров с разным багажом опыта, но не менее 1 года. Есть небольшое тестовое задание [<https://hh.ru/>, 7.08.2023].*

*Я ищу **дизайнерку** или **дизайнера** коммуникаций с сильным портфолио, в котором есть сайты, лендинги и анимации для них [<https://designer.ru/>, 1.02.2023].*

Детский аниматор** или **аниматорша

Детский автогородок! Нужно проводить инструктаж и следить за катанием детей! Помогать в процессе коллегам! [<https://youdo.com/>, 6.07.2019].

Список профессиональных сфер деятельности, где для опрошенных пол специалиста является важным критерием, почти полностью совпадает с перечнем услуг, для выполнения которых респонденты ищут специалиста с помощью социальных сетей. К таким сферам относятся массаж, медицина, репетиторство, индустрия красоты, фотография.

Для того, чтобы выяснить, насколько способы профессиональной самопрезентации соответствуют запросу потребителей услуг, нами были проанализированы профессиональные аккаунты разных специалистов в социальной сети Vkontakte. Цель анализа – выявить наличие/отсутствие указаний на гендерную принадлежность, а также установить, как часто и каким образом специалисты используют в рамках профессиональной самопрезентации феминитивы.

Данная платформа была выбрана по ряду причин. Во-первых, Vkontakte является одной из самых востребованных социальных сетей в России, если судить по количеству зарегистрированных пользователей [Обжорин, 2016]. Во-вторых, в ряде исследований отмечается, что данный вебсайт активно используется специалистами (особенно, в сфере творческих профессий) в качестве «сарафанного» пиара, так как площадка позволяет создавать личные экспертные аккаунты или аккаунты-портфолио, где будут представлены примеры работ и отзывы других клиентов [Там же]. 21% молодых пользователей данной социальной сети используют ее для создания профессиональных аккаунтов [Евтухова, 2016].

Социальная сеть Vkontakte представляет большой интерес для современных исследователей, что обуславливает появление научных работ, нацеленных на выявление особенностей профессиональной коммуникации в данной социальной сети. Так, М. А. Ветошкина и О. И. Гребенкина провели анализ представленных здесь объявлений по поиску работы. Авторы установили, что в отличие от традиционных резюме, размещенные на этом ресурсе тексты приглашают других пользователей к диалогу. Коммуниканты прибегают к ряду речевых тактик (перевоплощение, обобщение, усиление), которые вовлекают в дискуссию [Ветошкина, Гребенкина, 2019]. Поскольку данные объявления диалогичны, у пользователей появляется возможность не придерживаться официально-делового стиля общения, который предполагается профессиональной коммуникацией, а, наоборот, прибегать к использованию разговорных форм.

Такой формат делового общения позволяет коммуникантам использовать различные языковые средства для профессиональной самопрезентации. Например, владельцы аккаунтов в социальных сетях указывают свою профессию с помощью неформальных номинаций (*админ*, *айтишник* и т.п.), а феминитивы становятся одним из актуальных способов отсылки к гендерной принадлежности специалиста.

Для выявления функциональной специфики феминитивов был проведен анализ профессиональных аккаунтов V Kontakte, в ходе которого установлено, что феминитивы могут использоваться как средство профессиональной самопрезентации. По поисковому запросу нами были получены следующие результаты (см. Таблицу).

Существует ряд способов использования феминитивов с целью профессиональной самопрезентации, к которым прибегают владельцы рабочих аккаунтов в социальной сети V Kontakte:

1. Феминитивы с указанием сферы деятельности указываются в графе «Краткая информация о себе» или вместо девичьей фамилии. Например, в целом ряде аккаунтов профессия указана в скобках: *Дания Шаяхметова (Фотографиня)*, *Екатерина Домотченко (Фотографиня)*, *Хельга Кузьмина (Фотографиня)*. Феминитив отражается, только если зайти на страницу пользователя. Таким образом, при поисковом запросе «фотографиня» эти страницы будут в списке, но в названии аккаунта мы увидим только имя и фамилию лица без феминитива.

Таблица. Состав феминитивов, используемых для профессиональной репрезентации на платформе V Kontakte

Сфера деятельности	Феминитивы	Количество аккаунтов V Kontakte, где данные феминитивы используются с целью профессиональной самопрезентации
Массаж	<i>Массажистка</i>	413
Фотография	<i>Фотографиня</i>	48
	<i>Фотографка</i>	3
Образование	<i>Репетиторка</i>	3
	<i>Преподавательница</i>	2
	<i>Учительница</i>	69
	<i>Училка</i>	233
Психология	<i>Психологиня</i>	40

Медицина	<i>Гинекологиня</i>	1
	<i>Акушерка</i>	2
	<i>Докторка</i>	5
	<i>Докторша</i>	6
	<i>Докторица</i>	4
Индустрия красоты	<i>Бровистка</i>	14
	<i>Визажистка</i>	4
	<i>Маникюрша</i>	41
	<i>Маникюрищица</i>	29
	<i>Стилистка</i>	5
	<i>Колористка</i>	4
	<i>Парикмахерша</i>	4

Особый интерес представляют примеры, содержащие элемент языковой игры. Ср.: название аккаунта – Ирина Исаева. Профессия *ФотоГрафиня* указана в графе «Краткая информация о себе». Такое использование феминитива способствует привлечению внимания, что является важным и эффективным инструментом для представителей творческих профессий.

2. Феминитив используется в названии аккаунта (вместо имени и фамилии), а личные данные либо не указаны, либо добавлены в «Статус» или графу «О себе». Ср.: *Училка Русского*, *Бровистка Оренбург*, *Милая Докторша*.

3. Комбинация имени и названия профессии в форме феминитива, вместо указания фамилии. Ср.: *Наталья Массажистка*, *Лида Визажистка*, *Елена Психологиня*.

Как видим, феминитивы позволяют специалистам в тех сферах, где клиентам важен пол лица, к которому они обращаются за получением профессиональных услуг, быстро и лаконично указать свою принадлежность к женскому полу. Самый часто употребляемый в этой функции феминитив – *массажистка*. Регулярность его использования может быть обусловлена тем,

что он уже официально закреплён в словаре. При этом важно отметить, что устоявшиеся в сфере образования феминитивы (*учительница, преподавательница*) употребляются с целью профессиональной самопрезентации в социальных сетях значительно реже разговорной формы *училка*. Этот прием также может выступать в качестве элемента языковой игры или способа привлечения внимания потенциальных клиентов. Употребление разговорной формы позволяет создать образ репетитора, легко понимающего молодое поколение, умеющего найти с ним общий язык и нацеленного на выстраивание дружеских отношений с обучающимися без традиционной иерархичности.

Использование неологизмов для самопрезентации в социальных сетях в сфере медицины является нерегулярным. Е. Васина утверждает, что, поскольку медицинские специалисты наравне со специалистами в сфере образования и политики оказывают большое влияние на жизнь других людей, существует ряд традиционных убеждений о представителях данных профессий. Хотя особенности современного общения в социальных сетях не соответствует общепризнанным языковым нормам, в рамках которых реализуется стандартная социальная коммуникация, медработники стараются и в медиа сохранять образ, не противоречащий типичным представлениям о них в соответствии с моральными, этическими и нравственными нормами [Васина, 2016].

Для того чтобы установить частотность использования и функциональные особенности феминитивов, обозначающих медиков в социальных сетях, мы обратились к корпусу «Социальные сети» НКРЯ. Нами был найден только 1 пример с феминитивом *докторица*, причем слово написано автором в кавычках с целью подчеркнуть пренебрежительное отношение к специалисту. Ср.: *Та самая "докторица" увидев которую я понял, что попал я по полной программе, и то что привело меня в эту больницу, покажется сущими пустяками по сравнению с тем, что будет* [livejournal.com ssshrek (02.04.2013)].

Вариант *докторка* встречается чаще – 8 примеров в 6 текстах. Важно отметить, что данная лексема употребляется и для обозначения медработников, и для номинации ученых. Ср.:

Совсем недавно я услышала то же самое уже от другой докторки, на этот раз лора. [vk (28.09.2018)]

В своем предыдущем исследовании специалисты Школы массовых коммуникаций и журналистики Южнокалифорнийского университета – докторки наук Стэйси Л. Смит и Кэтрин Пипер, а также Марк Чуэйти – рассмотрели американские фильмы категорий G, PG и PG-13. [vk (28.09.2018)]

Наиболее частотный вариант феминитива – *докторша* (17 примеров в 15 текстах), что подчеркивает изменение семантики суффикса *-ш(а)*. Данная лексема используется как для гендерной идентификации профессионального деятеля, так и в качестве элемента языковой игры, со сниженной стилистической окраской. Ср.:

Брошенного матерью мальчика усыновляет акушерка-волшебница, Докторша Мадлен [vk (28.09.2018)].

Докторша его разговорами отвлекает, вопросыки разные левые подкидывает, типа «где твоя мама работает?» [livejournal.com (02.04.2013)].

Отметим, что в социальных сетях активно функционирует феминитив *гинекологиня*. Этого врача неоднократно упоминали участники опроса, подчеркивая, что пол данного специалиста имеет для них большое значение. Выбирая для обозначения врача в виртуальном общении феминитив, коммуниканты добавляют своей речи экспрессивности: либо подчеркивают более высокий уровень доверия к женщине-врачу, либо, наоборот, предвзятое отношение, обусловленное сложностью установления контакта. Ср.: *Вчера моя подруга дорогая, доктор наук, гинекологиня замечательная, спросила очень серьезно: "а зачем и для кого ты все это пишешь?"* [vk (28.09.2018)].

И гинекология у меня тоже была весьма поганенькая [vk (28.09.2018)].

Выбор между тремя указанными выше способами использования феминитивов для профессиональной самопрезентации в социальной сети Vkontakte может быть продиктован функционалом самого аккаунта – страница пользователя может употребляться им как рекламная площадка предлагаемых товаров и услуг, либо как персональная для общения, для публикации информации о личных интересах и досуге. Е. Васина утверждает, что современные медиа способствуют появлению новых форм взаимодействия как в личном, так и в публичном общении, стирая грань между ними [Васина, 2016]. В связи с этим каждый владелец аккаунта в социальной сети самостоятельно определяет процентное соотношение личного и экспертного, рабочего контента на своей странице.

Помимо социальной сети Vkontakte, феминитивы-неологизмы активно функционируют и в названиях Telegram каналов. При помощи этой лексико-семантической группы пользователи не только отмечают свою профессиональную принадлежность, но и обозначают тематику публикуемого материала. Ср.:

Ani_Kokos | начинающая стримерка

ИНВЕТОРША НА ЛАЙТЕ

Дневник Начинающей Инвесторки

Менеджерка у аппарата

Продюсерка Мари

Авторы подобных каналов, как правило, выкладывают экспертный контент, дают советы в своей профессиональной сфере. При этом феминитивы-неологизмы, выполняя прагматическую функцию привлечения внимания, позволяют пользователю заинтересовать своим информационным ресурсом потенциальных подписчиков и в дальнейшем получить новых клиентов.

Как упоминалось выше, большое количество феминитивов-неологизмов появилось благодаря развитию сети Интернет и появлению новых IT-профессий. Учитывая специфику этой деятельности, такие специалисты ищут работу именно в виртуальном пространстве. Многие интернет-пользователи используют феминитивы для обозначения своей профессии и на различных онлайн-площадках, представляющих собой биржу для фрилансеров. На подобных ресурсах можно найти как исполнителя, так и заказчика. Ср.:

Я веб-дизайнерка и тильда-экспертка, помогу вашему бизнесу отличиться на фоне конкурентов и заинтересовать целевую аудиторию [аккаунт на <https://freelance.habr.com/>].

Добрый день, меня зовут Полина! Я UX/UI и веб-дизайнерка. [профиль на <https://freelance.ru/>].

Веб-дизайнерша и верстальщица, которая влюблена в свое дело [профиль на <https://freelance.ru/>].

Таким образом, для представителей русской лингвокультуры большое значение имеет пол специалиста в таких сферах, как массаж, медицина, репетиторство, индустрия красоты, фотография. Постоянно растущий функционал социальных сетей позволяет применять их с целью саморекламы и поиска новых клиентов. Ряд профессионалов прибегают к использованию феминитивов в названиях рабочих аккаунтов в социальных сетях, обозначениях telegram-каналов, в объявлениях на онлайн-биржах труда в ответ на социальный запрос.

2.3.3. Феминитивы-неологизмы как фактор активизации лингвистического мышления

Феминитивы-неологизмы – яркое языковое явление, привлекающее внимание носителей языка. Отношение языкового сообщества к

феминитивам в значительной степени определяет перспективы нормализации данных образований и их место в языковой системе.

Между тем процесс активизации феминитивов неоднозначно оценивается даже специалистами-лингвистами. Так, М. А. Кронгауз подчеркивает, что феминитивы естественны для русского языка и не являются новым лингвистическим явлением, однако отмечает, что некоторые феминитивы-неологизмы образованы с нарушением правил русского языка под влиянием феминизма, в чем лингвист видит попытку искусственного влияния на язык. А. Ч. Пиперски также рассматривает феминитивы как целенаправленную попытку вмешаться в язык, хотя, будучи человеком, выступающим за гендерное равноправие, сочувствует тем, кто за него борется. Однако И. В. Фуфаева видит в активизации феминитивов более естественный языковой процесс, подчеркивая, что многие коммуниканты активно используют феминитивы, в том числе неологизмы, но делают это неосознанно [Фуфаева, 2020].

Неформальный интернет-дискурс в силу своей специфики не только максимально отражает процесс активизации феминитивов-неологизмов, но и позволяет увидеть отношение рядовых носителей языка к данному явлению. Активное обсуждение феминитивов в социальных сетях подтверждает актуальность данной проблемы [Замышляева, 2021а]. Многие пользователи, выступающие как за, так и против использования феминитивов-неологизмов, регулярно публикуют посты в своих личных аккаунтах или пишут комментарии к чужим публикациям, где выражают отношение к новому языковому тренду и пытаются аргументировать свою точку зрения.

В социальных сетях существуют интернет-сообщества, в которых проблема функционирования феминитивов служит предметом специального обсуждения, например, в паблике «Ф – феминитивы» в социальной сети *Vkontakte* пользователи обсуждают словообразование феминитивов, выбор наиболее корректной формы в условиях словообразовательной конкуренции, личный опыт использования феминитивов и ситуации, когда отказ от

использования феминитивов приводит к некорректной передаче информации.

Положительная и отрицательная реакция на употребление феминитивов в целом или отдельных образований может быть выражена как эмоциональное оценочное высказывание. Ср.:

ИдиотКи, уродующие МОЙ язык такими словами, как "авторка" и "профессорка", запрещающие слова "толстый" и "тёлочка", потому что они якобы кого-то там оскорбляют, любящие безвкусные янг-эдалт антиутопии только потому, что там дерущаяся баба, и пытающиеся запретить шедевры мировой классики, потому что там — о ужас! [vk (03.02.2015)].

Я вот носитель языка, ничем не хуже остальных. И каждый раз когда я вижу "авторка" не могу отделаться от мысли что слово звучит уничижительно. Примерно как сказать "врачиха". У меня просто язык не повернется назвать "авторкой" человека, которого я не хочу обидеть. Поэтому буду игнорировать эти новшества до последнего. В конце концов мода приходит и уходит, а чтобы удержаться в языке надо что-то большее [livejournal (22.08.2020)].

Значит ли всё сказанное выше, что феминитивы – зло и употреблять их нельзя? Нет, но их употребление должно быть оправдано в контексте и востребовано как говорящим, так и тем, о ком так говорят [livejournal (22.07.2022)].

Анализ подобных комментариев позволяет нам составить представление о языковой личности коммуниканта. Как отмечают Б. Г. Вульфович и В. В. Катермина, именно комментарии «представляют собой хранилище лингвопрагматических установок», что позволяет определить истинные мотивы автора [Вульфович, Катермина, 2023, с. 88].

Вместе с тем анализ материала позволяет говорить о том, что и сам факт активизации феминитивов, и неоднозначное отношение к данным

образованиям в значительной степени служит импульсом для активизации лингвистического мышления² носителей языка.

Так, в комментариях и постах интернет-пользователей находят отражение лингвистические проблемы, связанные с функционированием феминитивов:

1. Целесообразность использования феминитивов. Ср.:

– информация о гендере человека внутри слова, не имеющего к гендеру отношения, выглядит очевидно избыточной. а если я вертолет и ощущаю себя обоеполым или бесполым, можно ещё отсыпать мне эээ агендернитивов и андрогинитивов??.. [vk (02.02.2017)].

– Пока где-то прибывает в повсеместном употреблении феминитивов, в другом месте убывает. В Петербурге есть дом баронессы Луизы Карловны фон Таубе. На охранной табличке 2010-х годов баронесса превратилась в барона [vk (29.05.2021)].

– Я выбираю феминитивы, потому что мне важно, что я говорю о женщине, потому что часто не понятно о ком идёт речь. Например, папа спросил у меня: "Когда к врачу поедешь в Екатеринбург?" А в Екб у меня два врача: травматолог и психологиня. А говорил папа про психологиню [vk (18.04.2020)].

– Женщина получает Нобелевскую премию. Заголовки: Нобелевскую премию по химии присудили американскому ученому Фрэнсис Арнольд! Нобелевский лауреат Фрэнсис Арнольд бла бла бла Фрэнсис Арнольд пятая в истории женщина, которой присудили Нобелевскую премию по химии [vk (23.07.2020)].

2. Нормативный статус феминитивов и отдельных лексем. Ср.:

– Подойдём к этому сначала со стороны «чистоты» языка. Многие считают, что феминитивы «загрязняют» и «коверкают» русский язык. При

² Лингвистическое мышление – совокупность умственных действий по определению значений слов и оперированию ими в речи [Нелюбин, 2003].

этом, такие обороты как уборщиЦА, мошенниЦА, комсомолКА и т.д. никого не смущают [vk (27.03.2021)].

– В том-то и дело, что мы НЕ росли в обществе без феминитивов. В том-то и дело, что для русского языка нормально, естественно разделять профессии и роды занятости людей по полам. Феминитивы есть почти во всех сферах жизни, и зона, где их нет, чётко очерчивает, куда общество женецинам соваться не рекомендует [vk (18.03.2021)].

– Большое интервью политолога, **публицистки** и мамы троих детей...

– Просто **публицистка** и политолог вместе, но видимо, **публицистка** это уже устоявшийся феминитив, типа **журналистка**, поняла Вас.

– Почему политолог, а не **политологиня**?

– ***политологини** тогда уж 😊(интервью не читала, но как филолог не могу пройти мимо) [vk (05.04.2023)].

3. Корректность использования отдельных образований. Ср.:

– *Каких комиков и **комикесс**, которые шутят про родительство, вы смотрите?* [vk (26.02.2021)].

– *Директорка, поэтка, актёрка и партнёрка — почему устоявшиеся феминитивы меняют?* [vk (26.04.2021)].

– *Комиков, **ни коми...** (кого?) я не смотрю.*

– *До недавнего времени из-за бюрократических нюансов беременных **летчиц** не допускали к работе в воздухе.*

– *Это серьезно влияло на квалификацию **авиатрис**, которым крайне важно поддерживать мастерство, постоянно находясь в воздухе PS И она не "**авиатрисса**", это слишком общее понятие, она конкретно **Пилот-есса*** [vk (17.04.2023)].

– *Я не приемлю **продюсерок**, **писателек**, а я кто? **Учёнка**?* [vk (22.03.2023)].

– *Блогерка и авторка — это же мрак какой-то* [Валерия Робустова. Жизнь (2022)].

– *Мне режут слух феминитивы. Не все: какая-нибудь «вахтерша», «продащица», «врачиха», даже «профессорша» или «докториня» мой слух не оскорбляют. Но «блогерка», «авторка», «репетиторка», «эстетка», «интеллектуалка», мягко говоря, неблагозвучны [dzen.ru (9.09.2020)].*

Интересно отметить, что к феминитивам, подходящим для употребления, автор в последнем примере относит как стилистически сниженную лексику (*врачиха*), так и неологизмы (*профессорша, докториня*), однако выступает против других феминитивов, образованных по аналогии (*блогерка, авторка, репетиторка*), а также относит к неблагозвучным слова, которые уже закреплены в словарях (*эстетка, интеллектуалка*). Таким образом, автор комментария, скорее всего, не является специалистом в области языка.

Еще одним средством выражения отношения к феминитивам-неологизмам в Интернете являются мемы.

Интернет-мемы рассматриваются современными лингвистами в качестве отдельного жанра виртуальной коммуникации. В широком смысле под мемом можно понимать любое высказывание, изображение с вербальным компонентом, видео- или аудиоряд, которые получают широкое распространение в сети Интернет и несут определенную информацию [Часовский, 2014]. К ключевым особенностям интернет-мема как жанра относят спонтанность, стремление заинтересовать и охватить как можно большее количество пользователей, краткий срок существования, развлекательный (ироничный) характер, нацеленность на привлечение и удержание внимания, быструю распространяемость [Часовский, 2015].

В рамках данного исследования мы рассматриваем мемы как креолизованные тексты, в которых взаимодействие вербального компонента и картинки имеет особую значимость. К ключевым особенностям интернет-мема как жанра относят спонтанность, стремление заинтересовать и охватить как можно большее количество пользователей, краткий срок существования, развлекательный (ироничный) характер, нацеленность на привлечение и

удержание внимания, быструю распространяемость [Там же]. Мемы становятся для пользователей сети Интернет эффективным инструментом освещения актуальных событий и социальных явлений, выражения отношения к ним, а также возникающих на этот счет эмоций. Юмористический контент мемов выявляет актуальные для пользователей языка аспекты функционирования феминитивов.

Мемы используются как сторонниками употребления в речи феминитивов-неологизмов, так и их противниками (см. Рисунки 1–6).



Рисунок 1.

Например, в вербальной части мема на Рисунке 1 представлены феминитивы-неологизмы, а креолизованный текст в целом демонстрирует положительное отношение к феминитивам как средству выражения гендерной дифференциации.

Мемы позволяют также судить о востребованности феминитивов, поскольку в ряде сфер и ситуаций коммуникантам представляется важным корректно сослаться на пол действующего лица (см. Рисунок 2).



Рисунок 2.

Креолизованные тексты, распространяемые в социальных сетях, подчеркивают, что коммуникантам в ряде случаев сложно выбрать корректную форму феминитива в ситуации словообразовательной конкуренции и при условии отсутствия унифицированной словообразовательной модели (см. Рисунок 3).



Рисунок 3.

Негативное отношение к феминитивам реализуется через демонстрацию избыточности данной лексико-семантической группы при использовании феминитивов для профессиональной самопрезентации (см. Рисунки 4–6).



Рисунок 4.



Рисунок 5.



Рисунок 6.

Создание окказиональных образований, с одной стороны, создает комический эффект, с другой – демонстрирует возможности языковой системы в сфере образования феминитивов.

Таким образом, отношение к феминитивам-неологизмам в виртуальной среде является неоднозначным. Пользователи социальных сетей активно высказываются по этому вопросу, приводят различные аргументы в поддержку той или иной точки зрения, тем самым подогревая интерес к проблеме. Так, в различных интернет-жанрах (комментариях, постах и мемах) находят отражение лингвистические проблемы, связанные с функционированием феминитивов: нормативный статус, корректность использования отдельных образований, многообразие словообразовательных моделей феминитивов.

Выводы по главе 2

1. Развитие сети Интернет и определенные лингвистические особенности данного типа дискурса во много способствовали активизации феминитивов в современном русском языке и появлению феминитивов-неологизмов. Использование разговорных и просторечных форм, а также целенаправленное нарушение стилистических и грамматических норм поощряется в рамках неформальной виртуальной коммуникации, т.к. это позволяет интернет-пользователям кратко и емко передавать информацию, а также добавлять речи необходимую экспрессивность.

2. К основным тенденциям употребления феминитивов в интернет-коммуникации относится активное использование неологизмов, связанное с развитием IT-сферы и появлением новых профессий. Относительно недавнее вхождение этих лексем в язык позволило им избежать маркированности. Феминитивы-субдериваты (результат словотворчества коммуникантов по созданию феминитивов от традиционных форм мужского рода) представляют собой более малочисленную группу и чаще сохраняют определенную стилистическую окраску.

3. Феминитивы выступают в качестве инструмента профессиональной самопрезентации в социальных сетях, что особенно актуально для

представителей сферы услуг. Все больше пользователей используют неологизмы для обозначения своей трудовой деятельности в рабочем аккаунте в сети Интернет, что позволяет не только облегчить потенциальным клиентам процесс поиска, но и привлечь дополнительное внимание к их аккаунтам.

4. Феминитивы-неологизмы, будучи ярким лингвистическим явлением, вызывают активные дискуссии в социальных сетях. Интернет-пользователи обсуждают особенности функционирования данных лексем, высказывают свое мнение о целесообразности их использования в постах, комментариях, либо используют с этой целью креолизованные тексты (мемы), что, в свою очередь, активизирует лингвистическое мышление носителей языка.

ГЛАВА 3. ФУНКЦИОНИРОВАНИЕ ФЕМИНИТИВОВ В СОВРЕМЕННЫХ СМИ

3.1. Особенности современного медиадискурса

Современный медиадискурс претерпевает значительные изменения, ключевым из которых становится увеличение частотности использования разговорных форм. Подобную «экспансию разговорности» Г. Я. Солганик объясняет теми дополнительными возможностями, которые разговорная речь дает публицистике: разговорная речь доступна, демократична и позволяет автору различными способами экспрессивно ее использовать [Солганик, 2008]. А. В. Калинин писал: «Газета сегодня — в поиске выразительных средств, в движении» [Калинин, 1973]. В связи с этим современная медийная речь активно перенимает экспрессию разговора.

Подобный процесс имеет ряд как положительных, так и отрицательных последствий. К положительным Г. Р. Власян относит возвращение неофициальной устной речи, избавление от советского официоза и использования исключительно озвученной письменной речи, возможность появления различных журналистских идиостилей [Власян, 2013]. К отрицательным последствиям относится снижение культуры медийной речи. Многие исследователи отмечают смешение функциональных стилей, что в свою очередь приводит к сближению книжного и устного вариантов языка и, как следствие, к конверсационализации СМИ, которая, согласно Н. Фэркло, представляет собой появление в институциональном типе дискурса (публицистическом) элементов дискурса частной сферы [Fairclough, 1993].

Однако не все исследователи видят в появлении в дискурсе СМИ большого количества заимствований, а также разговорных и просторечных форм потенциальную угрозу для литературного языка. Г. Я. Солганик утверждает, что именно публицистика становится моделью национального языка, выступает в качестве мостика между национальным и литературным

языком, поскольку в СМИ закрепляются языковые процессы, происходящие в рамках других функциональных стилей и сфер языка [Солганик, 2010а]. Происходит это за счет изменения стилистической окраски средств, взятых, например, из жаргона. Лексика «олитературируется», приобретает в медиадискурсе усредненную окраску, просторечные элементы утрачивают нелитературный статус, при этом их оценочный характер остается, поскольку это позволяет усилить прагматический потенциал слова.

Другой важной чертой современного медиадискурса становится диалогизация, которая необходима для вовлечения читателя в активную дискуссию, формирования у него оценки происходящего. П. П. Жолнерович отмечает, что диалогизация медийного текста достигается за счет использования дейктических средств (личных местоимений для обозначения автора и адресата), персуазивности, риторических фигур и тропов. Местоимения *я* и *мой* сближают журналиста и реципиента, делают повествование более личным. Местоимения *мы* и *наш* могут создавать ощущение, что между автором и читателем есть определенная связь, т.к. они принадлежат к одной группе [Жолнерович, 2011]. Таким образом, через использование местоимений 1-го лица и определенно-личных предложений достигается персонификация и интимизация изложения [Воронцова, 2009]. При обращении к реципиенту журналист может использовать местоимения *вы* (для обращения ко всем читателям) и *ты* (для обращения к конкретному реципиенту). Чередование двусоставных и односоставных безличных предложений позволяет достичь ощущения слияния автора и адресата в единый образ, что усиливает диалогичность дискурса, растет убежденность в правоте адресанта [Жолнерович, 2011].

У. О. Малярчук-Прошина подчеркивает, что, помимо передачи информации, другой важной целью СМИ является оказание влияния на общество, формирование взглядов и ценностей читателей [Малярчук-Прошина, 2016]. Это обуславливает тот факт, что оценочность становится неотъемлемой чертой медиадискурса. Важно отметить, что оценочность

может быть как имплицитной, так и эксплицитной. Скрытая оценка на языковом уровне может реализоваться через использование эвфемизмов (отдельно или в сочетании с иронией), идеологем, через создание оценочного контекста, интертекстуальность или посредством языковой игры (для привлечения внимания читателя через юмор). Е. В. Клюев утверждает, что косвенное воздействие на получателя информации является более эффективным, поскольку имплицитные, выводимые смыслы требуют творческой активности слушателя [Клюев, 1999]. Синтаксическими средствами выражения оценочности могут выступать объективизация, риторический вопрос, коммуникация, парантеза и риторическое восклицание. Данные фигуры речи помогают привлечь внимание реципиента и усилить диалогичность текста [Малярчук-Прошина, 2015]. Кроме того, использование оценочных слов позволяет адресанту не только выразить свое отношение к предмету, но и оказать программирующее воздействие на адресата [Арутюнова, Падучева, 1985].

Л. А. Ларионова подчеркивает, что неформальная коммуникация постепенно выходит за границы частного общения и начинает проникать в медиадискурс. Автор показывает на примерах, как «неологический бум», характерный для неформального общения, сказывается на языке СМИ, в частности, в текстах медиа появляются примеры новой сочетаемости, необходимые для выражения новых реалий (*черные риэлторы, ночные бабочки*), используются неузусальные грамматические формы (*капитальные ремонты*), образованные по аналогии слова (*интернетчики, жилищники*), окказионализмы (*духподъемное видео*), потенциальные слова (*межстрановые, цензурировать*), отпрецедентные неофраземы и жаргонизмы [Ларионова, 2016].

Таким образом, к ключевым особенностям медиадискурса можно отнести оценочность, орализацию и диалогизацию (за счет проникновения в него большого количества разговорных и просторечных форм). Современный медийный дискурс вбирает в себя новые языковые структуры, характерные

для других функциональных сфер, преобразует их стилистическую характеристику, но усиливает прагматическое значение. Благодаря этому на данном этапе именно язык СМИ формирует современную языковую норму.

3.2. Основные тенденции функционирования феминитивов в СМИ (обзор исследований)

За последние несколько десятилетий СМИ во многом изменились. Большое количество изданий теперь публикуется онлайн, что расширяет охват аудитории и упрощает доступ к получению информации. Читатели стремятся быстро и в сжатой форме получить необходимые данные, что не могло не повлиять на язык СМИ. Одной из лингвистических особенностей современных медиа является использование в текстах разговорных форм, в том числе феминитивов. В связи с этим проблема функционирования феминитивов в медиадискурсе приобретает все большую актуальность в лингвистике.

А. А. Зауэр утверждает, что феминитивы фактически отсутствуют в массмедийном дискурсе [Зауэр, 2020]. По мнению автора, в медийных текстах можно лишь найти материалы, где данная лексико-семантическая группа обсуждается в качестве дискуссионного вопроса. Однако в настоящее время существует целый ряд исследований, посвященных использованию феминитивов в медиадискурсе. Причем важно отметить, что данная область исследована гораздо глубже, чем функционирование феминитивов в интернет-коммуникации.

Н. С. Самойленко и А. А. Стекленева в работе «Феминитивы как инструмент гендерной дифференциации в СМИ» [Самойленко, Стекленева, 2019] проводят анализ использования феминитивов в заголовках и лидах публикаций. Исследователи приходят к выводу, что журналисту крайне важно идентифицировать гендер действующего лица и для этого есть ряд приемов. Первый – использование синонимов при отсутствии официально

закрепленной в словаре формы женского рода (для обозначения женщин в политике могут использоваться такие слова, как «активистка» или «представительница политического движения»). Второй способ – добавление приложения (*женщина-политик*). Авторы также выделяют такие способы, как указание на женский пол действующего лица через синтаксическую форму глагола, прилагательного или причастия; чередование в использовании феминитива и формы мужского рода в заголовке и лиде с целью избежать лексического повтора. Важно отметить, что неологизмы женского рода для обозначения лица по профессиональной деятельности Н. С. Самойленко и А. А. Стекленева называют просторечными и утверждают, что их использование крайне ограничено из-за присущей им стилистической окраски [Самойленко, Стекленева, 2019].

Однако такую точку зрения разделяют не все исследователи языка. Р. Р. Гузаерова и В. А. Косова в статье «Специфика феминитивов в современном русском медиапространстве» [Гузаерова, Косова, 2017] пишут о том, что данные неологизмы все чаще используются в СМИ в качестве средства отражения общественных изменений, чтобы продемонстрировать борьбу за гендерное равенство, продолжая тенденцию, зародившуюся в Интернете, который стал площадкой для продвижения новых идей. Они также отмечают две тенденции в современном языке – актуализация существующих наименований женского рода и создание неологизмов.

Работа Е. М. Назаровой «Функционирование феминитивов в текстах традиционных СМИ» посвящена анализу журналистских статей в таких крупных изданиях, как «Российская газета» и «Комсомольская правда» [Назарова, 2019]. В данном исследовании преимущественно рассматриваются медиатексты, посвященные вопросам благозвучности и избыточности феминитивов в языке. Лингвист утверждает, что феминитивы отрицательно воспринимаются большинством авторов. Вместе с тем Е. М. Назарова отмечает, что в текстах, освещающих иную тематику, феминитивы могут использоваться исключительно с целью именован

женщин по роду деятельности. Исследователь связывает это с характером лексических единиц. С ее точки зрения, есть небольшая часть феминитивов, не имеющих стилистической окраски, которые могут использоваться в СМИ (например, *йогиня*) [Назарова, 2019].

А. В. Кобяков в исследовании «Феминитивы в медиа: проект словаря» [Кобяков, 2021] проводит сбор актуальных данных по употреблению указанной лексико-семантической группы в медиа. С точки зрения автора, в медийном дискурсе встречаются феминитивы, образованные при помощи аффиксации (*тролльчиха*), субстантивации (*заведущая*) и аналитического словообразования (*женщина-медик*). А. В. Кобяков приводит также примеры статей, которые он планирует включить в словарь. В них дается не только значение феминитивов, но и примеры их употребления в современных СМИ. По мнению исследователя, это позволит показать широту употребления конкретных феминитивов, поскольку ряд из них встречается в большинстве медиаисточников, а часть – только в конкретных изданиях, где целенаправленное использование феминитивов является решением редакции [Там же].

Таким образом, целесообразность использования феминитивов в СМИ, как и в интернет-коммуникации, представляется спорной. Однако несмотря на то, что употребление данной лексики считается ограниченным из-за присущей ей стилистической окраски, частотность использования феминитивов в медиадискурсе постепенно растет, как и количество исследований в данной области.

3.3. Феминитивы как средство гендерной идентификации в заголовках СМИ

Информация, передаваемая в СМИ, должна быть краткой и емкой, особенно заголовки статьи, поскольку большинство реципиентов формирует представление о событии, основываясь только на названии публикации.

По мнению Э. А. Лазаревой, заголовок представляет собой опорную точку, главной целью которой является передача ключевой информации текста. Именно этот элемент содержания читатель использует в качестве опорной базы для восприятия всего содержания публикации при фрагментарном ее прочтении [Лазарева, 2006].

Л. Г. Антонова обосновывает необходимость информативности заголовка тем, что у современных читателей сформировано клиповое мышление, которое обуславливает беглое сканирование всего текста. Такой тип восприятия информации вынуждает журналиста использовать метод «первого экрана», т.е. текст и фото чередуются, содержание заключено в короткие и емкие абзацы, а заголовок должен быть максимально информативен [Антонова, 2018].

М. М. Лукина подчеркивает, что особенности прочтения печатных и интернет-СМИ значительно отличаются, в частности, разнятся объем и глубина, последовательность обращения к тексту [Лукина, 2009]. В связи с этим онлайн-журналисты вынуждены прибегать к написанию контрастирующих заголовков, т.е. использовать глаголы в активном залоге и ключевые фразы [Амзин, 2011].

Другой важной функцией заголовка, которую выделяет большинство исследователей, является привлечение внимания читателя (аттрактивность) [Верещинская, 2007; Воронцова, 2017; Градюшко, 2014; Киндеркнехт, Степанюк, 2016; Плаксина, Кусова, 2011; Прохорова К. В., 2012]. Важна не только информативность заголовка, но и его способность воздействовать на читателя, вызвать у него желание как-то прокомментировать или обсудить новость, вступить в дискуссию с автором [Градюшко, 2014].

В нашей работе мы проанализировали более 700 феминитивов в заголовках и текстах статей, размещенных в медиаисточниках различного характера (РИА Новости, Коммерсантъ, РБК, Рамблер, Lenta.ru и др.).

В заголовках СМИ закрепившиеся в языке феминитивы представлены преимущественно лексемами литературного языка, не имеющими стилистической окраски: *студентка, журналистка, учительница* и др. Ср.:

Журналистка ради эксперимента сделала маникюр как у зарубежных знаменитостей, таких как Кайли Дженнер, и поделилась ужасом [Lenta.ru, 25.12.2020].

Тело пропавшей четыре дня назад российской студентки нашли в море [https://lenta.ru/, 16.05.2023].

Суд в Ульяновске арестовал ранившего учительницу подростка [https://www.rbc.ru/, 28.02.2020].

Гораздо реже в медиазаголовках встречаются традиционные феминитивы, маркированные как разговорные формы. Они могут использоваться как для снижения стилистической окраски, так и для гендерной идентификации:

В Калуге престарелая бухгалтерша вместе с дочерью похитила 15 миллионов рублей у кондитерской фабрики [https://kaluganews.com/, 01.03.2023].

Роковое золото. Скромная бухгалтерша искала любовь, но получила пытки и смерть [https://73online.ru/, 14.02.2022].

НАРЯДИЛИ КАЗАНСКОГО ДВОРНИКА МИЛЛИОНЕРОМ: КАССИРША БАНКА «ЗЕНИТ» ВМЕСТЕ С ШАЙКОЙ ОБЧИСТИЛА СЧЕТ ВИП-КЛИЕНТА [https://www.evening-kazan.ru, 28.01.2023].

Зарезавшая 19-летнюю кассиршу «Красное и Белое» в Уфе рассказала, почему убила девушку [https://gtrk.tv/, 12.04.2023].

Вымогавшая с учителей взятки директриса школы в Невском районе отправлена под домашний арест [https://saint-petersburg.ru/, 12.05.2023].

Школу №72, где голодает директриса, комиссия признала готовой к 1 сентября [https://73online.ru/, 23.08.2018].

Кроме того, в медиазаголовках встречаются феминитивы-неологизмы, образованные от названия давно известных профессий, которые ранее женщинам были не свойственны.

Кинокритикесса Зинаида Пронченко родила дочь [https://n-e-n.ru, 17.01.2023].

Комикесса Динара Зиннатова — о татарском стендапе [https://m.realnoevremya.ru/, 02.11.2022].

Верховный суд оправдал правозащитника Камиля Рузиева по всем обвинениям – *адвокатесса* Джаскупбекова [https://kloop.kg, 10.01.2023].

Пилотесса «Северстали» Анастасия Тушенкова: «Раньше женщина за штурвалом вызывала страх» [https://cherinfo.ru/, 16.05.2023].

Лесновская «*турагентесса*» судится с клиентами [https://openlesnoy.ru/, 29.07.2023].

И. В. Фуфаева в книге «Как называются женщины» [Фуфаева, 2020] отмечает, что суффикс *-есс(а)* пришел в русский язык в начале XVIII века и используется как для обозначения титула по мужу (*баронесса*), так и для наименования по роду деятельности (*клоунесса*, *стюардесса*). Данный суффикс являлся непродуктивным до второй половины XX века и обрел незначительную продуктивность в последнее десятилетие. Автор называет в качестве одной из причин активизации суффикса *-есс(а)* тот факт, что он позволяет избежать омонимии (*пилотесса* вместо нежелательного варианта феминитива *пилотка*).

Использование подобных феминитивов, на наш взгляд, обусловлено прагматически: необычная форма в заголовке призвана не только указать на пол лица, но и привлечь внимание адресата. Ср.:

Экспертка рассказала, каким образом соцсети могут положительно влиять на женщин с ментальными расстройствами [https://burninghut.ru, 15.02.2023].

Фотографка из старокамышинска собрала коллекцию раритетных игрушек *barbie* [https://ural1.tv/, 06.02.2023].

Авторка обзора оценила проект в 1/10 [<https://cyber.sports.ru>, 11.02.2023].

Психологиня о том, что делать, если на карантине у вас упала продуктивность [<https://citydog.io>, 05.05.2020].

В частности, *юристка* по вопросам обращения с домашними животными и зоозащитница Анна Разинова написала на ветеринара заявление в прокуратуру [lenta.ru, 22.10.2019].

В процессе взаимодействия с октоподами умная и бесстрашная *филологиня* не только понимает цель их прибытия и останавливает чуть было не начавшийся межпланетный конфликт, но и получает возможность прожить свою жизнь в осознании всего, что может с ней (и окружающими) случиться [lenta.ru, 2.09.2016].

«НИ ОДНА РЕЖИССЕРКА НЕ ПОЛУЧИЛА БЮДЖЕТ НА БЛОКБАСТЕР»: ЕСТЬ ЛИ ЖЕНСКОЕ КИНО В РОССИИ? [Кино-Театр.РУ, 2.03.2020].

И именно об этом бал, хозяйкой которого стала Анна Винтур, главная редакторка американского *Vogue* (она появилась в платье, созданном Карлом Лагерфельдом незадолго до смерти), и открываемая им выставка [lenta.ru, 07.05.2019].

Четвертый выпуск посвящен Надежде Мандельштам, писательнице, мемуаристке, лингвистке, преподавательнице, жена поэта Осипа Мандельштама [<https://www.yuga.ru/>, 20.06.2023].

Наиболее широко в заголовках СМИ представлены феминитивы-неологизмы, появление которых связано с развитием сети Интернет и возникновением новых IT-профессий [Замышляева, 2021e]. Данные лексемы стали использоваться почти одновременно с формой мужского рода, причем как в рамках массмедийного, так и интернет-дискурса. Ср.:

Айтишница назвала три причины для срочной смены работы [<https://www.gazeta.ru/>, 04.02.2023].

Своим мнением поделилась Александра Митрошина, **блогерка**, инициатор флешмоба #ЯНеХотелаУмирать [https://radiosputnik.ria.ru/, 03.03.2020].

Популярная **блогерша** Дженна Марблс уходит с ютьюба. Дело в ее старых оскорбительных видео [https://daily.afsha.ru/, 26.06.2020].

Геймерша из Смоленской области «подарила» жуликам почти 90 тысяч [https://www.rabochy-put.ru/, 22.11.2020].

В основном **контент-мейкерша** проводит прямые трансляции в категории CS:GO. У канала пенсионерки более 74 тыс. фолловеров, в среднем ее эфиры смотрят по 315 пользователей [https://www.cybersport.ru, 05.01.2023].

«Мама считала, что профессия слишком «мужская»: **программистка** о стереотипах в IT-сфере [https://riamo.ru/, 26.12.2021].

«Хочу, чтобы меня услышали». **Стримерша** Юлия Кошкина — о цензуре на Twitch, лояльных зрителях и проблемах Иркутска [https://verbludvogne.ru/, 03.09.2020].

Хакерша EMPRESS: первая бета Hogwarts Legacy появится уже скоро [https://cybersport.metaratings.ru/, 19.02.2023].

Терпение Ксении Бородиной кончилось, когда **хейтерша** затронула ее родительницу [https://www.thevoicemag.ru/, 18.01.2023].

Тиктокерша объяснила как носить серьги-звездочки [https://novostivl.ru/, 19.02.2023].

Диана комментировала прохождения в своей неповторимой живой манере, и, в отличие от многих других стримеров, **ютуберша** не использовала нецензурную лексику в своих летсплеях [https://medialeaks.ru/, 17.01.2022].

Отсутствие эмоционально-экспрессивной коннотации у феминитивов в приведенных примерах свидетельствует о том, что для адресанта имеет значение не только семантика конкретной единицы (указание на род

деятельности), но и ее грамматическая составляющая (указание на пол лица) [Воронцова, Замышляева, 2020].

Интересен выбор автором того или иного варианта феминитива в том случае, когда в узусе встречаются несколько словообразовательных моделей, в частности, *блогерка* и *блогерша*. Мы обратились к Газетному корпусу НКРЯ и установили, что *блогерка* встречается только в 26 примерах, в то время как *блогерша* – в более, чем 1000, что еще раз подчеркивает изменения в семантике суффикса *-ш(a)* и возможности его активного использования для адаптации заимствованных слов.

Распространенность подобного рода феминитивов в СМИ можно объяснить тем, что над этими образованиями не довлеет ортологическая традиция длительного использования исключительно форм мужского рода независимо от пола лица по роду профессиональной деятельности.

Газетный корпус также позволяет отследить, когда данные номинации начали использоваться в медиадискурсе. Важно отметить, что формы мужского и женского рода в большинстве случаев вошли в язык СМИ почти одновременно или с небольшим временным разрывом. Ср.:

1. *Блогер* – первое вхождение в Газетный корпус в 2003 г., *блогерша* – в 2007 г.
2. *Хакер* – первое вхождение в Газетный корпус в 1996 г., *хакерша* – в 2002 г.
3. *Стример* – первое вхождение в Газетный корпус в 2014 г., *стримерша* – в 2016 г.
4. *Тиктокер* – первое вхождение в Газетный корпус в 2020 г., *тиктокерша* – в 2020 г.

Между тем отсутствие в заголовке указания на пол лица, о котором идет речь в публикации, может приводить к непреднамеренной «деформации информации» [Воронцова, 2019, с. 748]. Непреднамеренная деформация информации заключается в нарушении определенных языковых и речевых норм, что приводит к искажению самих передаваемых фактов, в связи с чем

образ события не может быть сформирован адекватно [Воронцова, 2019, с. 750].

Ярким примером непреднамеренного искажения информации является некорректное указание на пол действующего лица в заголовке или самом тексте публикации [Замышляева, 2021с]. Одной из причин такого искажения может быть то обстоятельство, что иноязычные имена и фамилии, в отличие от русских, не всегда позволяют носителям русского языка идентифицировать лицо по полу. Так, «Новая газета» опубликовала статью о лауреатах Нобелевской премии по химии Эммануэль Шарпентье и Дженнифер Дудне (женщины), чем вызвала шквал критики недовольных читателей. Журналист пишет: «Нобелевскую премию по химии в этом году присудили Эммануэлю Шарпентье и Дженниферу Дудне за разработку методов редактирования генома». Автор публикации просклонял имена и фамилии ученых по форме мужского рода, не проверив гендерную принадлежность действующих лиц публикации.

Еще один пример – в заголовках разных изданий американский врач обозначен как лицо мужского и женского пола.

Врач из США Эрик Лира первой признала свою вину по закону Родченкова [<https://metaratings.ru>, 09.05.2023].

Американский врач Эрик Лира первым признал вину по «акту Родченкова» [<https://www.bfm.ru>, 09.05.2023].

Ряд фамилий жителей России не склоняется, поэтому даже при их упоминании в заголовке публикации у читателя может сложиться неверное представление, о ком идет речь. Ср.:

Педиатр Корж: польза кислородных коктейлей, это выдумка маркетологов [Смоленская народная газета, 05.08.2023]. Речь о педиатре Елене Корж.

Врач-иммунолог Болибок: ученые Роспотребнадзора нашли новый передающийся от клещей вирус [Смоленская народная газета, 16.06.2023]. Здесь речь идет о мужчине – Владимире Болибок.

Потребность в указании на пол лица в заголовках медиа может быть обусловлена определенными экстралингвистическими факторами Ср.:

Александр Панайотов тайно женился на своем директоре еще два года назад [<https://svadba1000.ru/>, 25.11.2008]. Концертный директор исполнителя – Екатерина Коренева.

Джордж Клуни наконец-то женился на адвокате [Мир, 29.09.2014]. Джордж Клуни женился на адвокате и правозащитнице Амаль Аламуддин.

Издания, передающие информацию об одном и том же событии, могут использовать разные формы профессиональной номинации в отношении одного действующего лица, что может привести к искаженному восприятию события:

Журналистку из Карталов перевезли в Челябинск [<https://pressunion.ru>, 06.01.2021].

Глава Карталинского района взял под контроль лечение журналиста [<https://gubernia74.ru/>, 06.01.2021].

В данном случае речь идет об одном и том же лице – журналистке Татьяне Резник.

ТАСС: в Москве задержали экс-замминистра культуры по делу о хищении 200 млн рублей с помощью «пушкинских карт» [<https://www.kommersant.ru/>, 20.04.2023].

Суд арестовал экс-замминистра культуры Ярилову по делу о злоупотреблении полномочиями [<https://ria.ru/>, 20.04.2023]. Без указания фамилии неясно, что речь идет о женщине.

Очевидно, что использование феминитивов позволило бы избежать подобных ошибок, неясности и двусмысленности. Феминитивы могут использоваться как эффективное средство номинации женщин по роду деятельности в медиатекстах, способствующее краткой и быстрой передаче информации о гендерной принадлежности действующего лица. Их употребление позволит соблюсти принцип лингвистической экономии.

Однако в ряде примеров мы наблюдаем определенную избыточность, когда журналист наряду с феминитивами использует существительное, указывающее на женский пол действующего лица в публикации. Ср.:

***Женщины-филологини**, зардевшись после пары глоточков вина, нежно хихикали и поднимали пластиковые стаканчики за господ офицеров* [Комсомольская правда, 08.06.2004].

*Еще в 1960-х после поездки во Францию **американка-филологиня** Алиса Уэйтерс просто заболела готовкой: читала кулинарные книги, готовила новые блюда и ежедневно удивляла своих друзей, пока они не предложили собрать ей деньги на ресторан* [Коммерсант, 03.04.2009].

*Первые **женщины-дальнобойщицы** из Индии отправляются на свои маршруты в Венгрии* [<https://trans.info/ru/>, 01.08.2023].

*Великое время, когда разрушалось старое советское телевидение — с **дамами-редакторшами** в яшмовых серьгах и с серебряными кольцами на всех возможных пальцах — и еще толком не создано новое* [penta.ru, 19.09.2016].

Таким образом, мы установили, что для предотвращения непреднамеренной деформации информации важно корректно ссылаться на пол действующего лица публикации в заголовке. Феминитивы-неологизмы позволяют решить эту задачу, поскольку они кратко, быстро и достоверно сообщают о гендерной принадлежности человека. Причем тот факт, что данная группа слов относится к разговорной лексике, способствует установлению диалога между журналистом и читателем, а медиатекст становится интерактивным.

М. А. Кормилицына отмечает, что в современных СМИ прослеживается тенденция к интерактивности [Кормилицына, 2018, с. 68]. Журналистам важно установить диалог с читателем, что позволить воссоздать ощущение живого общения. Одним из средств достижения этой цели является «языковая солидарность», то есть использование в тексте публикации разговорной лексики [Кормилицына, 2018, с. 69]. Таким

образом, употребление в медийном тексте разговорных слов, к которым относят и феминитивы, становится возможным.

Следовательно, феминитивы-неологизмы, хотя и вызывают ряд споров у коммуникантов, помогают не только конкретизировать пол главного действующего лица в публикации, но и привлечь внимание читателей, повысив их интерес к прочтению статьи.

3.4. Феминитивы-неологизмы в лексико-семантических группах с регулярной гендерной дифференциацией

Русскому языку присущи такие лексико-семантические группы, где гендерное разделение является регулярным, причем обнаружить их можно в различных типах дискурса. В разговорном дискурсе подобную группу составляют, например, названия учителей по преподаваемому предмету. В словаре Т. Ф. Ефремовой [Ефремова, 2000] встречаются такие номинации, как *англичанка* (разг.), *биологичка* (разг.), *географичка* (разг.), *литераторша* (разг.), *математичка* (разг.), *физичка* (разг.), *химичка* (разг.) и др. Однако в данной группе представлены и неологизмы, пока не вошедшие в толковые словари, например, *информатичка*, *историчка*. Названные разговорные номинации активно используются в неформальном интернет-общении. Ср.:

Самые афигенные учителя для меня это математичка, историк, класуха, англичанка и биологичка, а у вас? [telegram Чат для художников (29.09.2022)].

Пришлось прервать классный сон, из-за того что информатичка сказала встать в 9: 50 что-бы пройти какие-то там задания... ([telegram Чат для художников (27.10.2018)].

чтонибудь купить когонибудь убить и булочку, как говорила моя историчка [telegram Чат для художников (10.10.2022)].

а у меня в шараге крутая географичка была [telegram Чат для художников (15.04.2022)].

*поздравьте меня у меня **физичка** сменилась [telegram Чат для художников (30.08.2022)].*

*Диалог между мной и **химичкой**: — Пиши пятый вариант [vk (24.12.2013)].*

Регулярность использования гендерно маркированных номинаций учителей по преподаваемому предмету можно проследить и в СМИ. Ср.:

Биологичка (7 вхождений в Газетный корпус): *«Подарок» биологичке В средней школе одного из районов Тверской области девятиклассница родила прямо на уроке биологии. [Комсомольская правда, 31.05.2004].*

Географичка (12 вхождений в Газетный корпус): *Географичка Наталья Валерьевна решила поговорить с психологом, но нарвалась на непробиваемую стену: - Я не стану вам рассказывать, о чем мы говорим с ребятами в моем кабинете! [Комсомольская правда, 16.12.2008].*

Историчка (26 вхождений в Газетный корпус): *Жесточайшие споры между ним и **историчкой** разгорались чуть не каждый урок и очень часто заканчивались победой Миши [Комсомольская правда, 03.12.2003].*

Математичка (61 вхождение в Газетный корпус): *Дети вжались в парты: они знали: когда **математичка** злится, лучше сидеть тихо. [Комсомольская правда, 02.04.2014].*

Физичка (24 вхождения в Газетный корпус): *Ты наконец-то встретился со старыми друзьями: теперь есть с кем пойти в столовку, поболтать о новом клине Tokio Hotel или обсудить злоку-**физичку**. [Комсомольская правда, 05.09.2007].*

Химичка (29 вхождений в Газетный корпус): *В итоге в отношении предприимчивой **химички** директор ограничился замечанием. [Комсомольская правда, 10.04.2009].*

Таким образом, значимость для обучающихся и их родителей пола учителя-предметника определяет регулярную гендерную дифференциацию данных профессиональных номинаций в неформальном общении. В

ситуации орализации эти разговорные лексемы постепенно проникают и в язык современных СМИ.

В медиадискурсе лексико-семантические группы с регулярной гендерной дифференциацией представлены 1) наименованиями спортсменов по виду спорта, 2) наименованиями музыкантов по названию музыкального инструмента. Появление феминитивов-неологизмов в подобных группах, как правило, обусловлено либо появлением новой реалии, которую необходимо отразить в языке (скейтбординг – относительно новый вид спорта, что способствовало возникновению номинации *скейтбордистка*), либо появлением в данной сфере деятеля женского пола (*хоккеист – хоккеистка, борец – борчиха*).

Спортивные феминитивы выступают особой подгруппой среди номинаций женского рода по виду деятельности, поскольку они не выходили из употребления даже во второй половине XX века, когда большинство феминитивов утратило свою востребованность по ряду экстралингвистических причин. Целесообразность использования таких феминитивов обусловлена необходимостью разграничения спортсменов, поскольку мужчины и женщины соревнуются отдельно, к ним предъявляются разные требования и нормативы.

Для представителей большинства олимпийских видов спорта есть наименования как мужского, так и женского рода. Мы проанализировали материалы статей онлайн-изданий Лента.ру, РИА Новости Спорт, Газета.ру, Спорт-Экспресс, РБК Спорт и других, посвященные летним Олимпийским играм 2020, которые проводились в 2021 в Японии [Замышляева, 2022b]. Было установлено, что в 30 дисциплинах для обозначения спортсменок в СМИ активно используются феминитивы, системный характер которых хорошо демонстрируют цепочки наименований:

1. Бадминтон — бадминтонист — *бадминтонистка*.
2. Баскетбол — баскетболист — *баскетболистка*.
3. Бокс — боксер — *боксерша*.

4. Борьба — борец — *борчиха*.
5. Велоспорт — велосипедист — *велосипедистка*.
6. Водное поло — ватерполист — *ватерполистка*.
7. Волейбол — волейболист — *волейболистка*.
8. Гандбол — гандболист — *гандболистка*.
9. Гольф — гольфист — *гольфистка*.
10. Гребля на байдарках и каноэ, академическая гребля — гребец — *гребчиха*.
11. Дзюдо — дзюдоист — *дзюдоистка*.
12. Конный спорт — конник, всадник — *всадница*.
13. Легкая атлетика — легкоатлет — *легкоатлетка*.
14. Парусный спорт — яхтсмен — *яхтсменка*.
15. Плавание — пловец — *пловчиха*.
16. Прыжки в воду — прыгун — *прыгунья*.
17. Прыжки на батуте — батутист — *батутистка*.
18. Регби — регбист — *регбистка*.
19. Синхронное плавание — синхронист — *синхронистка*.
20. Современное пятиборье — пятиборец — *пятиборка*.
21. Софтбол — софтболист — *софтболистка*.
22. Спортивная, художественная гимнастика — гимнаст — *гимнастка*.
23. Стрельба из лука — лучник — *лучница*.
24. Теннис, настольный теннис — теннисист — *теннисистка*.
25. Триатлон — триатлонист — *триатлонистка*.
26. Тхэквондо — тхэквондист — *тхэквондистка*.
27. Тяжелая атлетика — тяжелоатлет — *тяжелоатлетка*.
28. Фехтование — фехтовальщик — *фехтовальщица*.
29. Футбол — футболист — *футболистка*.
30. Хоккей на траве — хоккеист — *хоккеистка*.

Как видим, феминитивы употребляются для обозначения женщин-спортсменок практически во всех видах спорта, исключением является стрельба.

Анализ материала трех наиболее известных толковых словарей русского языка, изданных во второй половине XX – начале XXI века («Толковый словарь русского языка» С. И. Ожегова и Н. Ю. Шведовой, «Толковый словарь русского языка» Д. Н. Ушакова, «Современный словарь русского языка» Т. Ф. Ефремовой), показал, что:

1) 40% перечисленных выше феминитивов были официально закреплены в словарном составе языка еще в XX веке (*баскетболистка, велосипедистка, волейболистка, всадница, гимнастка, пловчиха, прыгунья, синхронистка, теннисистка, триатлонистка, футболистка, хоккеистка*);

2) 20% из них появились в словарях относительно недавно, в частности в словаре Т. Ф. Ефремовой (*ватерполистка, гандболистка, лучница, фехтовальщица, яхтсменка*), один феминитив указан с пометой «разг.» (*легкоатлетка*), но отсутствуют в словарях С. И. Ожегова, Н. Ю. Шведовой и Д. Н. Ушакова;

3) 40% упомянутых выше феминитивов отсутствуют в указанных словарях (даже с пометой «разг.»), при этом данные лексемы активно употребляются как в неформальном общении, так и в медиадискурсе (*бадминтонистка, батутистка, боксерша, борчиха, гольфистка, гребчиха, дзюдоистка, пятиборка, регбистка, софтболистка, тхэквондистка*).

Покажем это на конкретных примерах феминитивов, связанных с летними олимпийскими видами спорта, из Национального корпуса русского языка:

Бадминтонистка (40 вхождений в Газетный корпус): *Седьмую строчку рейтинга занимает бадминтонистка из Индии Пусарла Венката Синдху (\$8, 5 млн)* [Ведомости, 23.08.2018].

Батутистка (8 вхождений в Газетный корпус): *В итоге наши батутистки остались с «серебром»* [Труд-7, 26.07.2005].

Боксерша (45 вхождений в Газетный корпус): *Затем боксерша вернулась к мужу, потому что хотела, чтобы у дочери был отец* [lenta.ru, 01.08.2019].

Борчиха (4 вхождения в Газетный корпус): *Обе спортсменки довольно легко добрались до финала, но в решающих схватках уступили японским борчихам по похожему сценарию* [Известия, 18.08.2016].

Гольфистка (57 вхождений в Газетный корпус): *Южнокорейская гольфистка Минг Ким сыграла в боулинг клюшкой и шариком для гольфа* [lenta.ru, 30.03.2017].

Гребчиха (11 вхождений в Газетный корпус): *IRF уже заявила о том, что дисквалифицирована гребчиха, скорее всего, не будет* [Коммерсант, 27.08.2004].

Дзюдоистка (204 вхождения в Газетный корпус): *Российская дзюдоистка Мадина Таймазова выиграла бронзовую медаль Олимпиады в Токио в весовой категории до 70 килограммов* [Парламентская газета, 28.07.2021].

Пятиборка (35 вхождений в Газетный корпус): *1 марта МОК лишил украинскую пятиборку Викторю Терещук бронзы ОИ-2008 из-за допинга* [lenta.ru, 05.04.2017].

Регбистка (21 вхождение в Газетный корпус): *Ранее российские регбистки уступили представительницам США (12: 19) и Австралии (12: 42)* [Vesti.ru, 26.01.2020].

Софтболистка (1 вхождение в Газетный корпус): *Две наши софтболистки удостоились индивидуальных призов: Ольга Яковлева, как «лучшая бьющая» и Ирина Ильяшенко, как «самый полезный игрок»* [Vesti.ru, 16.07.2012].

Тхэквондистка (15 вхождений в Газетный корпус): *Тхэквондистка Минина высказалась о завоевании серебра на Олимпиаде* [<https://rsport.ria.ru/>, 25.07.2021].

Самой востребованной словообразовательной моделью для образования спортивных феминитивов является суффикс *-к(а)*. Суффиксы *-их(а)*, *-иц(а)*, *-ш(а)* и *-унь(я)* также употребляются, но встречаются гораздо реже. Несмотря на то, что в ряде работ по словообразованию феминитивов [Алкнист, 2020; Антонова, 2020] данные суффиксы описываются как несущие негативную, уничижительную окраску, в спортивном дискурсе образованные с их помощью номинации выступают в качестве стилистически нейтральных, и большинство из них включено в словари. Ср.: *пловчиха* (словарь Т. Ф. Ефремовой, с пометой «разг.»), *всадница* (словарь Д. Н. Ушакова), *фехтовальщица* (словарь Т. Ф. Ефремовой), *прыгунья* (словарь Д. Н. Ушакова, с пометой «разг.»), *призерша* (словарь Т. Ф. Ефремовой, с пометой «разг.»).

Кроме того, подобные феминитивы активно употребляются в новостных заголовках для указания на пол действующего лица. Ср.:

Казанская фехтовальщица вышла в финал командного турнира на Олимпиаде в Токио [<https://www.tatar-inform.ru/>, 29.07.2021]. Слово зафиксировано в Толковом словаре Т. Ф. Ефремовой.

Яхтсменка Юньсю Лу завоевала золото на Олимпийских играх — 2020 в Токио [<https://www.championat.com/>, 31.07.2021]. Слово зафиксировано в словаре Т. Ф. Ефремовой, но отсутствует в словарях С. И. Ожегова, Н. Ю. Шведовой и Д. Н. Ушакова.

Гимнастка Байлз рассказала о самом запоминающемся моменте на Олимпиаде в Токио [<https://lenta.ru/>, 16.10.2021]. Слово зафиксировано в словаре Т. Ф. Ефремовой, но отсутствует в словарях С. И. Ожегова, Н. Ю. Шведовой и Д. Н. Ушакова.

Чемпионку России по пляжному волейболу дисквалифицировали за допинг [<https://rsport.ria.ru/>, 19.02.23]. Слово зафиксировано в словарях Т. Ф. Ефремовой и Д. Н. Ушакова.

Египетская призерша олимпиады в Москве приедет на фестиваль молодежи [Известия, 14.10.2017]. Слово зафиксировано в словаре

Т. Ф. Ефремовой, но отсутствует в словарях С. И. Ожегова, Н. Ю. Шведовой и Д. Н. Ушакова.

Интересно отметить, что слово *призерка* не зафиксировано в указанных словарях, но активно используется в медиадискурсе, наравне со словом *призерша*. Причем вариант с суффиксом *-к(а)* имеет значительно больше вхождений в Газетный корпус (*призерка* – 178 примеров, *призерша* – 31 пример). Ср.:

Бронзовая призерка Олимпиады по дзюдо одержала победу над соотечественницей Лиз Кармуш на UFC 157 в 2013 году [Lenta.ru, 05.09.2020].

Трушкина становилась призеркой студенческих турниров по футболу и мини-футболу, выступая за команду Сибирского федерального университета [Lenta.ru, 04.12.2019].

В ходе исследования мы установили, что для профессиональной номинации женщин в других сферах употребляются не только однословные феминитивы, но и сложносоставные обозначения (типа *женщина-политик*), а также задействуется прием указания на пол лица при помощи соответствующей формы глагола прошедшего времени или прилагательного. Однако в спортивных СМИ чаще всего используются именно феминитивы. Проведя анализ 150 новостных заголовков, посвященных Олимпиаде 2020 года, мы выявили, что в подавляющем большинстве публикаций (90%), посвященных конкретным спортсменкам или женским национальным сборным, авторами употребляются как зафиксированные в словарях феминитивы, так и отсутствующие в них.

Обратим внимание на феминитивы, связанные с зимними видами спорта. Часть феминитивов уже закреплена в словарях: *альпинистка* (словарь Т. Ф. Ефремовой), *биатлонистка* (словарь Т. Ф. Ефремовой), *лыжница* (словарь Т. Ф. Ефремовой, словарь Д. Н. Ушакова), *конькобежка* (словарь Т. Ф. Ефремовой), *фигуристка* (словарь Т. Ф. Ефремовой, словарь Д. Н. Ушакова), *хоккеистка* (словарь Т. Ф. Ефремовой, словарь

Д. Н. Ушакова). Другая часть разговорных номинаций, несмотря на отсутствие в толковых словарях, активно используется в СМИ: *бобслеистка*, *керлингистка*, *саночница*, *скелетонистка*, *сноубордистка*, *фристайлистка*, *шорт-трекистка*. Важно отметить, что все указанные неологизмы входят в Газетный корпус НКРЯ. Ср.:

Бобслеистка (314 вхождений в Газетный корпус): *Он привел в пример бобслеистку, находившуюся в этом состоянии четыре месяца, и гонщика Михаэля Шумахера, который проспал все шесть месяцев* [Известия, 25.06.2019].

Керлингистка (129 вхождений в Газетный корпус): *Российские керлингистки проиграли швейцаркам в матче за бронзу чемпионата Европы* [Известия, 23.11.2019].

Саночница (83 вхождения в Газетный корпус): *Саночница Иванова завоевала серебро Кубка мира, Демченко - бронзу* [Vesti.ru, 29.02.2020].

Скелетонистка (93 вхождения в Газетный корпус): *Российская скелетонистка Елена Никитина завоевала серебряную медаль второго этапа Кубка мира в латвийском Сигулде.* [Vesti.ru, 27.11.2020].

Сноубордистка (205 вхождений в Газетный корпус): *Программу, которую он придумал к Олимпиаде-2006, не могла повторить ни одна сноубордистка.* [Lenta.ru, 08.04.2019].

Фристайлистка (86 вхождений в Газетный корпус): *Фристайлистка Демидова принесла России первую победу в хафпайпе на этапе Кубка мира* [Коммерсант, 21.12.2019].

Шорт-трекистка (47 вхождений в Газетный корпус): *Голландская шорт-трекистка Лара ван Рейвен умерла в 27 лет в одной из больниц Франции.* [Lenta.ru, 11.07.2020].

Периодически журналисты прибегают к альтернативному способу обозначения женщин в спорте, ссылаясь на их национальную (государственную) принадлежность (*японка*, *американка*, *россиянка*). Ср.:

Австралийки с мировым рекордом выиграли эстафету 4 x 100 м вольным стилем на Олимпиаде-2020 [<https://www.championat.com/>, 25.07.2021].

Американка выступила на Играх в масках Джокера и Халка [<https://news.sportbox.ru/>, 01.08.2021].

Россиянка лидировала в пятиборье перед последним видом, но осталась без медали [<https://www.sport-express.ru/>, 06.08.2021].

Японка выиграла серебряную медаль Олимпиады в 12 лет [<https://sportrbc.ru/>, 04.08.2021].

Для обозначения смешанных групп в заголовках спортивных новостей журналисты избегают традиционного использования формы мужского рода множественного числа и употребляют однокоренные существительные мужского и женского рода. Это позволяет избежать непреднамеренной деформации информации, что особенно важно, т.к. обобщенные наименования спортсменов в форме множественном числа зачастую используются именно для обозначения мужской сборной в том или ином виде спорта. Ср.:

В Рио-де-Жанейро корейские лучники и лучницы выиграли все четыре золотые медали [<https://www.gazeta.ru/>, 25.07.2021].

Наши гимнасты и гимнастки сделали золотой дубль! Фантастический день Олимпиады для России [<https://www.championat.com/>, 27.07.2021].

А вот в случае собственной победы российские дзюдоисты и дзюдоистки в полуфинале могут сойтись с главным фаворитом — командой Японии [<https://www.gazeta.ru/>, 30.07.2021].

Видом спорта, в котором феминитивы не употребляются из-за невозможности подобрать подходящую словообразовательную модель для его создания, является стрельба. Здесь для номинации спортсменок используются либо слова, указывающие на их национальную принадлежность, либо обобщение «женская сборная». Ср.:

Олимпиада-2020. Стрельба. Американка Инглиш выиграла золото в ските, Виноградова — 6-я [<https://www.sports.ru/>, 26.07.2021].

Россиянка Бацарашкина завоевала золото Олимпиады в стрельбе из пистолета с 25 метров [<https://tass.ru/>, 30.07.2021].

Женская сборная России одержала победу в командных соревнованиях на чемпионате Европы в стрельбе из пневматической винтовки с дистанции 10 метров [<https://www.championat.com/>, 25.05.2021].

Таким образом, мы установили, что в спортивных СМИ для номинации женщин в большинстве случаев используются феминитивы, причем как лексемы, зафиксированные в словарях, так и неологизмы. Они обладают нейтральной стилистической окраской и употребляются авторами публикации с целью указания на пол действующего лица, что особенно важно в спорте, поскольку женщины и мужчины соревнуются отдельно.

Другой сферой, где гендерная дифференциация наблюдается так же регулярно, как и в спортивном дискурсе, является сфера музыкального искусства. Важно отметить, что если гендерная дифференциация спортивных номинаций может быть обусловлена экстралингвистическими факторами (мужчины и женщины соревнуются отдельно, есть виды спорта только для представителей определенного пола), то в музыкальной сфере отсутствуют экстралингвистические причины для регулярного гендерного противопоставления, однако здесь оно постоянное и достаточно жесткое. Для номинации женщин, играющих на музыкальных инструментах, не используются формы мужского рода в обобщенном значении или с приложением *женщина*. В дискурсе СМИ, как правило, с этой целью употребляются феминитивы: *арфистка, виолончелистка, гитаристка, гобоистка, кларнетистка, пианистка, скрипачка, флейтистка* и др. Данные номинации зафиксированы в современных толковых словарях без помет [БАС, 2004; Ефремова, 2000]. Ср.:

Афишу также украшают имена арфисток Анны Шкуровской и Надежды Сергеевой, мульти-инструменталиста Сергея Полтавского,

гитариста Дмитрия Мурина, гобоиста Ивана Паисова и многих других [lenta.ru, 05.10.2017].

*Мне хотелось быть лучшей **виолончелисткой** в семье, поэтому приходилось усердно работать, чтобы нагнать братьев* [lenta.ru, 04.10.2019].

*Американская певица и **гитаристка** панк-рок-группы The Muffs Ким Шаттак скончалась в возрасте 56 лет* [lenta.ru, 03.10.2019].

*Женился на **гобоистке** Джулии Вильгельм и, когда та забеременела, даже сочинил ей серенаду, чтобы она согласилась назвать первенца Ленцем* [Комсомольская правда, 20.02.2005].

*Миниатюрная **кларнетистка** Мервэ Кацокуглу, одетая в трико Арлекина, играет замысловатые пассажи, сопровождая их жестами и танцевальными па, в то время как на заднем плане горит ритуальное пламя.* [Ведомости, 04.03.2014].

Пианистка** Людмила Лядова была одной из самых выдающихся **женщин-музыкантов [Парламентская газета, 10.03.2021].

*Врачи прооперировали 53-летнюю **скрипачку** Дагмар Тернер, и уже через три дня после процедуры она смогла покинуть больницу* [Vesti.ru, 20.02.2020].

*Ежедневно и подолгу теперь пропадает на репетициях и **флейтистка** Александра Косякова* [Vesti.ru, 23.10.2015.10.23].

Из приведенных примеров можно заметить, что исключением является слово *музыкант*, которое используется в обобщенном значении. В данном случае пол действующего лица можно указать либо через соответствующую форму глагола или прилагательного, либо через добавление лексического компонента *женщина*. Несмотря на то, что слово *музыкантша* закреплено в словарях (с пометой «разг.»), в медиадискурсе оно чаще всего используется как стилистически маркированное. Возможно, это связано с использованием суффикса *-ш(а)* при образовании данного феминитива, а не стандартной

словообразовательной модели с суффиксом *-к(а)*, которая является наиболее продуктивной для обозначения музыкантов женского пола. Ср.:

Если приглядеться к музыкантишам, что наигрывали классические мелодии, можно было заметить некоторую фривольность их одежды — видимо, чтобы присутствующие не забывали, что это не чопорный «Букер», а «конкурс произведений на темы любви и эротики» [Коммерсант, 02.10.2003].

Да не просто музыкантишей — она играла на арфе, всю себя посвящала творчеству, а проза жизни в виде кастрюль и тряпок в ее жизненное пространство никак не вписывалась [Труд-7, 17.12.2009].

Музыкант из Воронежа проникновенно исполнила бессмертный хит группы ABBA [https://bloknot-voronezh.ru, 30.05.2020].

Названа самая богатая женщина-музыкант в мире [https://total.kz/, 5.06.2019].

Регулярность гендерной дифференциации в данной лексико-семантической группе способствует появлению феминитивов-неологизмов. Несмотря на то, что эти новые лексемы не зафиксированы в словарях, они активно употребляются в дискурсе СМИ. Ср.:

1. **Балалаечница** (1 вхождение в Газетный корпус): *Тамбовская балалаечница Анастасия Тюрина заняла второе место в финале шоу «Страна талантов» [https://bloknottambov.ru/, 08.05.2023].*

2. **Басистка** (35 вхождений в Газетный корпус): *У Whitesnake новая басистка [https://astartaview.ru/, 26.11.2021].*

3. **Валторнистка** (отсутствует в Газетном корпусе): *О том легко ли быть единственной валторнисткой в коллективе и с чего начинается путь к международной славе, в ее сегодняшнем интервью [https://www.classicalmusicnews.ru/, 27.10.2019].*

4. **Гармонистка** (1 вхождение в Газетный корпус): *Владимирская гармонистка вошла в золотую десятку лучших мастеров наигрышей [https://vladtv.ru/, 09.10.2022].*

5. **Гуслиаристка** (отсутствует в Газетном корпусе): *Помимо обычной школы и музыкальной, гуслиаристка занимается в театральной студии. Это помогает быть ей на выступлениях более артистичной* [<https://riamo.ru/>, 08.04.2023].

6. **Горнистка** (отсутствует в Газетном корпусе): *Горнистка из Швейцарии попала в красноярскую колонию* [<https://www.prima-tv.ru/>, 10.09.2021].

7. **Дирижерка** (1 вхождение в Газетный корпус): *Всемирно известная дирижерка и композиторка Лидия Тар готовится к исполнению симфонии с Берлинским оркестром* [<https://daily.afisha.ru/>, 24.11.2022].

8. **Клавишница** (25 вхождений в Газетный корпус): *Клавишница Luscious Jackson Вивиан Тримбл скончалась на 60-м году жизни* [<https://www.gazeta.ru/>, 07.04.2023].

9. **Контрабасистка** (7 вхождений в Газетный корпус): *Единственная в России джазовая контрабасистка выступит в омске в программе Данила Крамера* [<https://12-kanal.ru/>, 28.10.2021].

10. **Органистка** (46 вхождений в Газетный корпус): *Легендарная органистка Евгения Лисицына выступит в Кусково* [<https://www.molnet.ru/>, 28.02.2023].

11. **Саксофонистка** (23 вхождения в Газетный корпус): *Дуэт-экспромт: известная российская саксофонистка и мировая рекордсменка по игре на флейте из Краснодарского края выступили на одной сцене* [<https://kubnews.ru/>, 14.04.2023].

12. **Тромбонистка** (2 вхождения в Газетный корпус): *Тромбонистка из Снежинска победила в шоу на федеральном канале* [<https://www.1obl.ru/>, 05.07.2022].

13. **Трубачка** (1 вхождение в Газетный корпус): *Юная трубачка из Карасука успешно выступила на всероссийском конкурсе* [<http://www.sovsibir.ru/>, 03.12.2020].

14. **Фаготистка** (отсутствует в Газетном корпусе): *Благодаря этому трио публика получила возможность оценить мастерство фаготистки Ларсен-Магуайр, исполнившей с гобоистом Найджелом Шором и пианисткой Ларисой Маркосян этот французский опус* [<https://gornovosti.ru/>, 16.10.2014].

Здесь, как и среди спортивных феминитивов, самой продуктивной словообразовательной моделью выступает суффикс *-к(а)*. Суффикс *-иц(а)* также встречается, но значительно реже.

Анализ материала показал, во всех случаях употребления данные феминитивы-неологизмы не имеют стилистической окраски, а значит, не воспринимаются как иноstileвые элементы в медиадискурсе. Их прагматическая функция заключается исключительно в обозначении профессионального деятеля по гендерному признаку. Следовательно, в рассматриваемых группах наименований спортсменов и музыкантов парный феминитив для обозначения женщин «автоматически» входит в язык при появлении профессионального деятеля женского пола.

3.5. Стилистические функции феминитивов в современных СМИ

Стилистические средства играют особую роль в медиадискурсе, поскольку их использование позволяет реализовать функцию социальной оценочности СМИ [Солганик, 2006], например, через средства непрямо́й оценки (метафоры, эвфемизмы, цитация, окказионализмы, контекст) [Казак, 2012]. В то же время В. Г. Костомаров называет в качестве одной из ключевых характеристик публицистического стиля принцип чередования стандарта и экспрессии. Именно стилистические средства способны придать эмоциональную окраску массмедийному тексту [Костомаров, 1971]. Современные публицисты прибегают к использованию целого арсенала экспрессивно-стилистических средств: лексический и синтаксический повторы, языковая игра и парцелляция, анафора и др. Особый интерес

представляет использование разговорных элементов в дискурсе СМИ, поскольку в газетах разговорная и сниженная лексика метафорически переосмысливается [Казак, 2012]. Т. Г. Винокур подчеркивала, что использование иностилевых элементов позволяет сделать высказывание более эмоциональным и образным, а также решить большой диапазон экспрессивных задач [Винокур, 1980, с. 186].

Достаточно часто феминитивы используются как элемент языковой игры в современных СМИ. Языковая игра – неоднозначно понимаемое явление. Изучение функционирования данного приема в СМИ вызывает особый интерес у исследователей языка [Бугаева, Сидорченко, 2019; Дайбова, 2011; Ильясова, Амири, 2009; Качалова, 2010; Лисоченко Л. В., Лисоченко О. В., 2000; Негрышев, 2009; Пыстина, 2014; Стрельчук, 2015]. Большинство ученых обращают внимание на тот факт, что в связи с демократизацией языка в целом и ростом уровня экспрессивности массмедийных текстов, языковая игра становится неотъемлемым элементом современных СМИ, выполняя не только аттрактивную функцию, но и позволяя дать оценку описываемому автором событию или явлению.

Языковая игра представляет собой «те явления, когда говорящий «играет» с формой речи, когда свободное отношение к форме речи получает эстетическое задание, пусть самое скромное. Это может быть и незатейливая шутка, и более или менее удачная острота, и каламбур, и разные виды тропов (сравнения, метафоры, перифразы и т.п.)» [Земская, Китайгородская, Розанова, 1983, с. 172]. Именно этот прием активно используется современными публицистами в заголовках. Как отмечает С.И. Сметанина, языковая игра позволяет журналисту проявить творчество при обработке информации о событии, с этой целью в медиатекстах используются нестандартные номинации, меняются устойчивые модели словообразования и грамматики [Сметанина, 2002]. Таким образом, феминитивы могут выступать инструментом реализации языковой игры в медиадискурсе.

В рамках данного исследования мы понимаем под языковой игрой стилистический прием, который реализуется на различных уровнях языка [Волкова, 2014; Цонева, 2014].

С. И. Сметанина предлагает следующую классификацию языковой игры в СМИ: графическая, фонетическая, словообразовательная, морфологическая игра, игра с сочетаемостью слов и игра с многозначностью [Сметанина, 2002]. В соответствии с этой классификацией мы выявили следующие случаи реализации языковой игры, связанные с употреблением феминитивов в заголовках современных СМИ:

1. Игра с сочетаемостью слов. Ср.:

«Вместо таблеток принимаю КС-чку»: как живёт известная на всю страну геймерша баба Аня из Искитима [<https://ngs.ru/>, 03.12.2019].

Знаменитая российская пенсионерка-геймерша переехала жить в Крым [<https://sevastopol.su/>, 29.10.2020].

Возрастная блогерша имеет столько подписчиков, что вам и не снилось — 3,8 млн! [<https://fashion-likes.ru/>, 23.09.2019].

Словосочетание *баба Аня* ассоциируется с разговорным бытовым дискурсом и служит обозначением пожилого человека, причем, как правило, с невысоким социальным и интеллектуальным статусом. Стилистический и смысловой контраст словосочетания *геймерша баба Аня* создает эффект неожиданности и привлекает внимание адресата.

Разговорные феминитивы-неологизмы, связанные с Интернетом, акцентируют смысловое несоответствие и тем самым разрушают стереотип, существующий в сознании адресата: геймеры и блогеры – это молодые люди

2. Словообразовательная игра. Употребление окказиональных лексем также позволяет публицисту творчески интерпретировать свое восприятие новых явлений. Ср.:

Автор — едва ли не самая модная нынче фотографесса или даже фотографиня столицы [Газетный корпус].

Журналист иронизирует из-за возможности использования нескольких однокоренных феминитивов для номинации действующего лица публикации, подчеркивая сложность выбора подходящей формы, так как использование определенного суффикса демонстрирует большее или меньшее восхваление профессионального деятеля.

В интернет-издании *Grazia* Наталья Мишина рассуждает о целесообразности использования феминитивов в связи с ростом влияния феминизма и демонстрирует пример словообразовательной игры, отражая свое ироничное отношение к современным социальным изменениям:

Я – женщина. И значит, я – человекша. То есть человекка. То есть человекия.

У меня два высших образования. По первому я маркетологиня, а по второму – филологиня. Сейчас я блогерка и колумнистка.

Интересно отметить, что в самом заголовке статьи для номинации автора используется как существительное мужского рода, так и феминитив. Ср.:

Журналист и писательница Наталья Мишина о том, что лучшее – враг хорошего.

Мы видим неприятие только феминитивов-неологизмов, использование устоявшихся в языке лексем автор считает приемлемым.

В журнале «Нож» в статье «Как узнать, что вы не перегибаете палку с феминизмом» автор использует слово «мизандристка». Ср.:

Жуткое слово «мизандристка» — синоним «мужененавистницы», и именно ее сразу представляет себе сферический среднестатистический человек в вакууме, когда слышит слово «феминизм».

Через использование данного неологизма журналистка стремится выразить свое отношение к идее мужененавистничества и продемонстрировать, что неприязнь к противоположному полу нельзя интерпретировать как идею равноправия.

Феминитивы также активно используются в медиадискурсе для выражения иронии. К. М. Шилихина отмечает, что в рамках иронии отношения между участниками коммуникации ассиметричны, причем положение говорящего всегда более выгодное [Шилихина, 2008]. Автор выделяет две стратегии, создающие отношение авторитетности при использовании иронии, – игра на повышение и игра на понижение. Феминитивы активно используются в дискурсе СМИ для реализации стилистического приема игры на понижение. Объектом иронии здесь становится третья сторона, чью позицию публицист понижает в глазах читателя, тем самым одновременно повышая свою авторитетность [Там же].

Регулярно с этой целью используются феминитивы, обозначенные нами как субдериваты. Несмотря на то что суффикс *-ин(я)* чаще всего применяется для создания слов высокого стиля, образованные таким способом феминитивы-неологизмы в медиадискурсе могут употребляться в ироничном значении, с их помощью автор демонстрирует пренебрежительное отношение к профессиональному деятелю. Ср.:

*... с ученым видом знатока витийствовала некая **престарелая психологиня*** [Газетный корпус].

*... спросили «**астрологиню**» журналисты* [Труд-7, 18.10.2002].

*В нем в свое время тоже московский чиновник-циник отправлялся в ненавистную командировку — и тоже подпадал под скромное обаяние провинциальной **филологини-идеалистки*** [lenta.ru, 02.2019].

Важно отметить, что стилистический прием игры на понижение довольно часто используется именно в рамках политической новостной повестки. По нашему мнению, через использование феминитивов в отношении определенных женщин в политике вместо форм мужского рода автор может пытаться ставить под сомнение их профессионализм и авторитетность. Ср.:

***Кандидатка** в Госдуму пожаловалась на отравление перед встречей на тему отходов УГМК* [<https://news.rambler.ru>, 19.07.2019].

Демократка Нэнси Пелоси вновь избрана спикером палаты представителей в США [<https://regnum.ru>, 04.01.2021].

*Это понимают в Пентагоне и ЦРУ, но "роль личности в истории" ещё никто не отменял, а за спиной **спикерши** из Вашингтона не только значительная часть конгрессменов, но и могущественные неоглобалисты, добавил политик* [<https://ria.ru>, 02.08.2022].

При этом интересное наблюдение о том, что «именно политические структуры более других социальных групп озабочены использованием феминитивов и их легитимизацией», делают Е. В. Ерофеева и И. А. Обухова в процессе исследования конструирования образа феминизма в российских СМИ [Ерофеева, Обухова, 2023, с. 43].

Употребление разговорных и просторечных феминитивов в СМИ может способствовать реализации приема стилистического контраста. Ср.:

*Ведьмы из одноименного романа Даля ранее описывались как женщины, которые могли принимать личины **секретарши** или **кассирши** из супермаркета; теперь — что они могут прятаться за фигурами «ведущих ученых» или «предпринимательниц»* [<https://www.rbc.ru/>, 02.02.2023].

В приведенном примере разговорные феминитивы (*кассирша, секретарша*) используются автором для усиления противопоставления женщин с низким и высоким социальным статусом. Подобное противопоставление довольно часто используется в медиатекстах:

*Кстати, любительница черного юмора была не **медсестрой**, как подумали многие, а всего лишь **поварихой*** [Vesti.ru, 04.03.2013].

*В **поварихи** пришлось набирать офицерских жен и местных жителей, которые особыми кулинарными разрядами похвастать не могли* [Комсомольская правда, 04.07.2012].

В последнем примере подчеркивается, что жены мужчин с высоким социальным статусом, как правило, не занимались указанным видом труда.

Но, когда он протянул бланк с требованием крупной суммы денег, умная кассирша сообщила, что не может принять этот документ. Ведь он написан не на их бланке [Аргументы и факты, 05.11.2003].

Автор усиливает контраст, акцентирует внимание на неординарности ситуации, используя эпитет *умная* рядом с разговорным феминитивом со сниженной стилистической окраской *кассирша*.

Феминитивы активно используются в дискурсе СМИ и в случае цитирования чужой речи. Цитация как стилистический прием позволяет автору выразить непрямую оценку описываемого события или явления. Ср.:

В свои девятнадцать лет Женька любит делать фотоавтопортреты в разных ракурсах. «Фотографиня» — с иронией окрестили ее газеты. Некоторые считают, что ракурсы слишком рискованны [Газетный корпус].

Беседовал Михаил Карпов. «Мы говорим «членесса» и улыбаемся» [Газетный корпус].

Впрочем, чуть позже бабушка, видимо, передумала и заявила, что все убийства, описанные в дневнике, совершила некая «знакомая врачиха» [Vesti.ru, 29.07.2015].

Таким образом, феминитивы могут служить элементом реализации различных стилистических приемов в дискурсе СМИ: языковая игра с сочетаемостью слов, словообразовательная игра, ирония («игра на понижение»), контраст и цитация. Главная стилистическая функция использования феминитивов – оценочная, через них автор публикации может выразить свое отношение к описываемому в тексте. Прагматическая функция употребления феминитивов в медиадискурсе заключается в привлечении внимания адресата.

Выводы по главе 3

1. Исследователи отмечают, что характеристиками современного медиадискурса являются орализация, диалогизация и оценочность. Данные

особенности способствуют появлению и более частотному использованию в дискурсе СМИ разговорных и просторечных форм, в том числе феминитивов.

2. Одной из ключевых функций употребления авторами феминитивов в заголовках статей является необходимость в корректном указании на пол действующего лица. Использование исключительно форм мужского рода в обобщенном значении может привести к непреднамеренной деформации информации. Однако, помимо информативной, заголовки выполняют также аттрактивную функцию, а использование феминитивов-неологизмов провоцирует интерес и эмоциональную реакцию реципиентов.

3. В заголовках СМИ широко представлены феминитивы-неологизмы, появившиеся в связи с развитием сети Интернет и возникновением новых профессий. Регулярное использование подобных неологизмов в медиадискурсе может быть обусловлено тем, что на них не распространяется традиция длительного использования форм мужского рода в обобщенном значении, поскольку данные виды деятельности возникли относительно недавно. Феминитивы-неологизмы второй разновидности (субдериваты) в дискурсе СМИ встречаются реже, и их употребление, как правило, обусловлено прагматически – желанием автора привлечь внимание адресата.

4. В русском языке выделяются группы лексики, для которых характерна регулярная гендерная дифференциация. В медиадискурсе эти тематические группы представлены номинациями спортсменов (по виду спорта) и музыкантов (по музыкальному инструменту). Не все феминитивы, относящиеся к данным группам, зафиксированы в толковых словарях, однако неологизмы такого рода не являются стилистически маркированными и активно используются в дискурсе СМИ исключительно для корректного указания на пол лица.

5. Феминитивы используются в медиадискурсе для реализации различных стилистических приемов, среди которых выделяются языковая игра (игра с сочетаемостью и словообразовательная игра), ирония

(реализация стратегии игры на понижение), контраст и цитация. Это придает медиатексту оценочность, позволяя автору выразить субъективное отношение к описываемому событию или лицу.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Проблема функционирования феминитивов в современной коммуникации является актуальной как для носителей языка, так и для лингвистов-исследователей. Феминитивы, представляющие собой лексико-семантическую группу, используемую для номинации женщин, демонстрируют повышенную активность в языке. Отмечается частотность употребления в речи уже закрепившихся лексических единиц и непрерывное появление неологизмов.

В рамках данного исследования рассматривались феминитивы как лексико-семантическая группа со значением лиц женского пола по роду деятельности, социальному статусу и социальной роли. Поскольку термин *феминитив* соответствует существующим требованиям терминологической системы и позволяет заменить многокомпонентные терминологические сочетания, он имеет высокие шансы закрепиться в словарях в качестве лингвистического термина.

Исследования феминитивов в русистике середины XX – начала XXI века фокусировались преимущественно либо на проблемах словообразования, либо на диахроническом аспекте развития данной лексико-семантической группы. При этом проблемы, связанные с функционированием феминитивов в коммуникативном процессе, оставались вне поля зрения исследователей. Языковая ситуация, изменившаяся на рубеже XX–XXI веков, позволила расширить понятие нормы и тем самым способствовала тому, что разговорные и просторечные языковые единицы стали активно проникать во все сферы коммуникации. Ярким отражением этого процесса стала активизация феминитивов. На активизацию феминитивов в современной коммуникации повлияли как экстралингвистические факторы (появление новых видов деятельности, в которых участвуют женщины), так и внутриязыковые (демократизация, орализация, изменение языковой нормы и др.).

Как показал анализ лингвистических исследований, основные тенденции, связанные с расширением круга феминитивов в языке, наблюдаются не только в русском, но и в других европейских языках (славянских и романо-германских, за исключением английского).

Возникновение и развитие интернет-коммуникации способствовало актуализации феминитивов, поскольку для данного типа дискурса характерно широкое употребление разговорных форм и неологизмов. Именно благодаря виртуальной среде появились новые сферы профессиональной деятельности, связанные с ИТ, где феминитивы широко используются (*блогерша, программистка, геймерша* и др.). В интернет-дискурсе также распространены феминитивы, употребляемые для обозначения относительно новых профессий (*аудиторша, продюсерша, риэлторша*). Данная группа лексем, образованных от заимствований (неодериваты), выполняет в коммуникации преимущественно прагматическую функцию указания на пол лица.

Использование феминитивов, образованных от названий профессий и видов деятельности, давно существующих в языке, – субдериватов (*авторка, директорка, режиссерка*) – может быть обусловлено как прагматическими, так и стилистическими потребностями коммуникантов: привлечь внимание к определенному контенту, продемонстрировать одобрительное или негативное отношение к кому-либо и т.д. Анализ феминитивов как средства профессиональной самопрезентации в сети Интернет позволил выявить сферы профессиональной деятельности, в которых пол специалиста важен для носителей языка.

Процессы орализации и диалогизации способствовали проникновению феминитивов в дискурс СМИ. Стилистически немаркированные феминитивы в медиадискурсе активно употребляются для указания на пол лица, чтобы избежать искажения информации, а также в тематических группах с регулярной гендерной дифференциацией: номинация спортсменов по названию вида спорта и музыкантов по названию музыкального инструмента.

Стилистически маркированные феминитивы используются в СМИ для привлечения внимания читателя. Феминитивы в заголовке обеспечивают не только его информативность (точное указание на гендер действующего лица), но и реализацию его аттрактивной функции. Кроме того, данные лексемы могут использоваться для реализации таких стилистических приемов, как языковая игра, ирония, стилистический контраст и цитация.

Феминитивы являются перспективным объектом для дальнейших лингвистических исследований. Значимым представляется анализ прагматических и стилистических особенностей функционирования феминитивов в других типах дискурса, например, в кинодискурсе (в кино, сериалах, мультипликационных фильмах) и в литературно-художественном дискурсе. Целесообразно разработать методику сбора материала для анализа феминитивов в устной речи, например, через включенное наблюдение или проведение тематической беседы. Важным аспектом изучения видится проблема употребления феминитивов при переводе художественных текстов. Например, было бы интересно проследить, делается ли это с целью передать прагматические намерения автора оригинального текста либо переводчик таким образом придает тексту дополнительные смыслы, адаптирует его для реципиента. Представляется перспективным составить словарь феминитивов-неологизмов с указанием значения слова и примерами его использования в разных типах дискурса, чтобы показать сферу употребления, стилистические возможности и прагматические функции каждого феминитива.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ

1. Азарх Ю. С. Проблема связи словообразования и формообразования в истории русского языка (имя существительное): дис. ... д-ра филол. наук / Азарх Юлия Семеновна. – М., 1983. – 451 с.
2. Азарх Ю. С. Слова на -иха в русском языке / Ю. С. Азарх // Общеславянский лингвистический атлас: материалы и исследования. – М., 1979. – С. 175–195.
3. Азарх Ю. С. Словообразование и формообразование существительных в истории русского языка / Ю. С. Азарх. – М., 1984. – 248 с.
4. Аксаков К. С. Опыт русской грамматики / К. С. Аксаков // Полн. собр. соч. Т. 3. Сочинения филологические. Ч. 2. – М., 1880. – 660 с.
5. Алкнист Н. А. Система словообразования феминитивов в современном русском языке / Н. А. Алкнист // Горизонты современной русистики. – М., 2020. – С. 49–56.
6. Амзин А. А. Новостная интернет-журналистика / А. А. Амзин. – М.: Аспект Пресс, 2011. – 144 с.
7. Антонова Е. Б. Проблемы внедрения феминитивов-неологизмов в языковую систему современного русского языка / Е. Б. Антонова // Молодой ученый. – 2020. – № 26 (316). – С. 227–233.
8. Антонова Л. Г. О новых жанровых формах в интернет-дискурсе / Л. Г. Антонова // Вестник Воронежского государственного университета. Серия: Филология, журналистика. – 2018. – № 4. – С. 11–14.
9. Арутюнова Н. Д., Падучева Е. В. Истоки, проблемы и категории прагматики / Н. Д. Арутюнова, Е. В. Падучева // Новое в зарубежной лингвистике. – Вып. 16. Лингвистическая прагматика. – М., 1985. – С. 21–38.
10. Асмус Н. Г. Лингвистические особенности виртуального коммуникативного пространства: дис. ... канд. филол. наук / Асмус Нина Геннадьевна. – Челябинск, 2005. – 266 с.

11. Баданина И. В. Функционирование феминативов в языке интернета / И. В. Баданина // Русский язык в интернете: личность, общество, коммуникация, культура: сб. ст. I Междунар. науч.-практ. конф. / под общ. ред. А. В. Должиковой. – М., 2017. – С. 89–94.
12. Беркутова В. В. Феминитивы в русском языке: исторический аспект / В. В. Беркутова // Филологический аспект. – 2018. – № 11 (43). – С. 6–21.
13. Беркутова В. В. Феминитивы в русском языке: лингвистический аспект / В. В. Беркутова // Филологический аспект. – 2019. – № 1 (45). – С. 7–26.
14. Богданова Е. А. Феминизация названий профессий (на примере французского языка) / Е. А. Богданова // Филологические науки. Вопросы теории и практики. – 2021. – Т. 14, № 6. – С. 1878–1882.
15. Борисенко М. К. Лингвистический аспект современных гендерных вызовов во французском языке / М. К. Борисенко // Вестник Российского государственного гуманитарного университета. Серия: Психология. Педагогика. Образование. – 2020. – № 3. – С. 60–67.
16. Бугаева И. В., Сидорченко К. М. Способы возникновения языковой игры в заглавиях СМИ в межкультурном аспекте / И. В. Бугаева, К. М. Сидорченко // Вестник Нижегородского университета им. Н. И. Лобачевского. – 2019. – № 6. – С. 207–211.
17. Василенко Е. Н. Феминитивы в современном русскоязычном и белорусскоязычном интернет-дискурсе / Е. Н. Василенко // Восточнославянские языки и литературы в европейском контексте: сб. науч. ст. по материалам V Междунар. науч. конф. – Могилев: МГУ им. А. А. Кулешова, 2018. – С. 74–78.
18. Васильева А. С. Тенденции в употреблении наименований лиц женского пола по профессиональной принадлежности / А. С. Васильева // Проблемы современного образования. – 2013. – № 1. – С. 46–53.

19. Васина Е. Самопрезентация индивида в сети: особенности языковых игр / Е. Васина // Научные ведомости. – 2016. – № 14 (235). – С. 61–66.
20. Вересовая Е. В. К вопросу о признаках и свойствах интернет-дискурса / Е. В. Вересовая // Вестник Хакасского государственного университета им. Н. Ф. Катанова. – 2012. – № 2. – С. 46–50.
21. Верещинская Ю. В. Заголовки газетных статей в аспекте медиалингвистики (на материале испанского языка) / Ю. В. Верещинская // Филологические науки в МГИМО: сб. науч. тр. – М.: МГИМО (У) МИД России, 2007. — С. 17–25.
22. Ветошкина М. А., Гребенкина О. И. Объявление о поиске работы, размещаемое в социальной сети «ВКонтакте», как потенциальный диалог / М. А. Ветошкина, О.И. Гребенкина // Социальная реальность виртуального пространства: материалы междунар. науч. конф. – Иркутск: Изд-во Иркут. гос. ун-та, 2019. – С. 292–297.
23. Виноградов В. В. Русский язык / В. В. Виноградов. – М.; Л.: Учпедгиз, 1947. – 784 с.
24. Винокур Т. Г. Закономерности стилистического использования языковых единиц / Т. Г. Винокур. – М.: Наука, 1980. – 238 с.
25. Власян Г. Р. Экспансия разговорности в современных средствах массовой информации / Г. Р. Власян // Вестник Челябинского государственного университета. – 2013. – № 21 (312). – С. 108–111.
26. Войскунский А. Е. Метафоры интернета / А. Е. Войскунский // Вопросы философии. – № 11. – 2001. – С. 64–79.
27. Волкова Е. В. Языковая игра как лексико-стилистический прием / Е. В. Волкова // Молодой ученый. – 2014. – № 2 (61). – С. 941–942.
28. Воронцова Т. А. «Деформация информации» в заголовках интернет-СМИ / Т. А. Воронцова // Русская грамматика: активные процессы в языке и речи: сб. науч. тр. Междунар. науч. симпозиума. – Ярославль: Ярослав. гос. пед. ун-т им. К. Д. Ушинского, 2019. – С. 745–753.

29. Воронцова Т. А. Новостной заголовок как репрезентант события / Т. А. Воронцова // Политическая лингвистика. – 2017. – № 6 (66). – С. 21–25.
30. Воронцова Т. А., Замышляева Ю. С. Функционирование феминитивов в медиадискурсе / Т. А. Воронцова, Ю. С. Замышляева // MEDIAОбразование: медиа как тотальная повседневность: материалы V Международной научной конференции / под ред. А. А. Морозовой. – Ч. 2. – Челябинск: Изд-во Челяб. гос. ун-та, 2020. – С. 288–291.
31. Воронцова Т. А. Элементарная стилистика / Т. А. Воронцова. – Ижевск: Изд-во Удмурт. ун-та, 2009. – 130 с.
32. Вульфович Б. Г., Катермина В. В. Репрезентация языковой личности комментатора в интернет-дискурсе: лингвопрагматический аспект / Б. Г. Вульфович, В. В. Катермина // Профессиональная коммуникация: актуальные вопросы лингвистики и методики. – 2023. – № 16. – С. 83–89.
33. Гавранек Б. Задачи литературного языка и его культура / Б. Гавранек // Пражский лингвистический кружок. – М., 1967. – С. 338–377.
34. Галан А. В. Специфика эрратизации интернет-дискурса (на материале русскоязычных молодежных пабликов социальной сети «ВКонтакте») / А. В. Галан // Идеи. Поиски. Решения: сб. ст. и тезисов XIV Междунар. науч.-практ. конф. – Минск: БГУ, 2020. – С. 18–23.
35. Галичкина Е. Н. Специфика компьютерного дискурса на английском и русском языках (на материале жанра компьютерных конференций): автореф. дис. ... канд. филол. наук / Галичкина Елена Николаевна. – Волгоград, 2001. – 24 с.
36. Годизова З. И., Цзинь Ланьцзя. Феминитивы в современном русском языке: системно-функциональный аспект / З. И. Годизова, Цзинь Ланьцзя // Верхневолжский филологический вестник. – 2022. – № 4 (31). – С. 44–52.
37. Гойхман О. Я., Надеина Т. М. Речевая коммуникация: учебник / О. Я. Гойхман, Т. М. Надеина. – М.: ИНФРА-М, 2001. – 272 с.

38. Голованова Е. И. Категория профессионального деятеля: Формирование. Развитие. Статус в языке / Е. И. Голованова. – Челябинск: Челяб. гос. ун-т, 2004а. – 330 с.

39. Горбунова М. В., Кирилюк Е. В., Орешкина А. П. 1000 профессий традиционных, новых, редких: краткий энциклопедический словарь / М. В. Горбунова, Е. В. Кирилюк, А. П. Орешкина. – Ростов-н/Дону: Феникс, 2011. – 251 с.

40. Гофман И. Представление себя другим в повседневной жизни / И. Гофман. – М.: Канон-Пресс, 2000. – 304 с.

41. Градюшко А. А. Заголовок как важнейший элемент текста в веб-журналистике / А. А. Градюшко // Весці БДПУ. Серыя 1. Педагогіка. Псіхалогія. Філалогія. – 2014. – № 1. – С. 73–77.

42. Гузаерова Р. Р., Косова В. А. Специфика феминитивов в современном русском медиапространстве / Р. Р. Гузаерова, В. А. Косова // Вестник Татарского государственного гуманитарно-педагогического университета. – 2017. – № 4 (50). – С. 11–15.

43. Дайбова О. Н. Языковая игра в дискурсе СМИ / О. Н. Дайбова // Интеллектуальный потенциал XXI века: ступени познания. – 2011. – № 7. – С. 174-177.

44. Демичева В. В., Еременко О. И., Яковлева Т. В. Роль социокультурных факторов в изменении словарного состава литературного языка XIX в. (на материале женских *nomina professionalia*) / В. В. Демичева, О. И. Еременко, Т. В. Яковлева // Когнитивно-дискурсивные стратегии развития языка. – Белгород: Эпицентр, 2016. – С. 85–92.

45. Дмитриева О. Л. Развитие нормы и проблема кодификации вариантов рода профессиональных номинаций: автореф. дис. ... канд. филол. наук / Дмитриева Ольга Львовна. – М., 1987. – 22 с.

46. Евтухова М. П. Самопрезентация молодежи в интернете (на примере социальной сети «ВКонтакте») / М. П. Евтухова // Альманах современной науки и образования. – 2016. – № 10 (112). – С. 33–35.

47. Едличко А. И. К вопросу о феминистской критике языка / А. И. Едличко // Вестник Московского университета. Серия 19. Лингвистика и межкультурная коммуникация. – 2019. – № 1. – С. 158–166.

48. Еременко О. И. Наименования лиц женского пола в русском литературном языке XIX века: автореф. дис. ... канд. филол. наук / Еременко Ольга Ивановна. – Воронеж, 1998. – 21 с.

49. Ерофеева Е. В., Обухова И. А. Конструирование образа феминизма в российских СМИ: корпусное исследование / Е. В. Ерофеева, И. А. Обухова // СибСкрипт. – 2023. – № 1 (95). – С. 35–46.

50. Жолнерович П. П. Диалогизация писательского публицистического дискурса / П. П. Жолнерович // Language and Culture: Scientific Peer Reviewed Journal (Kutaisi, Georgia). – 2011. – № 6. – С. 90–92.

51. Жорж Т. К. Феминитив: лингвистический аспект и проблема перевода / Т. К. Жорж // Преподаватель XXI век. – 2018. – № 4-2. – С. 356–363.

52. Замышляева Ю. С. Влияние языковых особенностей авторского контента в социальных медиа на аудиторию / Ю. С. Замышляева // MEDIAОбразование: медиавключенность vs медиаизоляция: материалы VI Междунар. науч. конф. – Ч. 2. – Челябинск: Изд-во Челяб. гос. ун-та, 2021а. – С. 298–302.

53. Замышляева Ю. С., Михайлова П. А. Гендерная нейтрализация в современном английском языке / Ю. С. Замышляева, П. А. Михайлова // Филологические и социокультурные вопросы науки и образования: сб. материалов VI Междунар. науч.-практ. заоч. конф. – Краснодар: Кубанский гос. технолог. ун-т, 2021. – С. 146–152.

54. Замышляева Ю. С. Отражение актуальных языковых процессов в неформальной интернет-коммуникации / Ю. С. Замышляева // Пользовательский контент в современной коммуникации: сб. материалов I Междунар. науч.-практ. конф. – Челябинск: Изд-во Челяб. гос. ун-та, 2021б. – С. 141–144.

55. Замышляева Ю. С. Отражение гендерной специфики в языке рекламы (на материале современной англо- и русскоязычной рекламы) / Ю. С. Замышляева // Слово, высказывание, текст в когнитивном, прагматическом и культурологическом аспектах: материалы XI Междунар. науч. конф.: в 2 ч. Ч. 1. – Челябинск: Изд-во Челяб. гос. ун-та. 2022а. – С. 198–199.

56. Замышляева Ю. С. Причины востребованности феминитивов в современном русском языке / Ю. С. Замышляева // Современная лингвистика: от теории к практике: III Казанский международный лингвистический саммит: труды и материалы: в 3 т. – Т. 2. – Казань: Изд-во Казанского ун-та, 2023а. – С. 282–284.

57. Замышляева Ю. С. Проблема номинации женщин по профессиональной принадлежности в заголовках современных СМИ / Ю. С. Замышляева // Вестник Челябинского государственного университета. – 2021с. – № 7 (453). – С. 77–82.

58. Замышляева Ю. С. Тенденции в использовании феминитивов в современных европейских языках / Ю. С. Замышляева // Вестник Набережночелнинского государственного педагогического университета. – 2021d. – № 4 (33). – С. 23–27.

59. Замышляева Ю. С. Феминитив как лингвистический термин / Ю. С. Замышляева // Художественное произведение в современной культуре: творчество – исполнительство – гуманитарное знание: сб. статей и материалов. – Челябинск: Южно-Урал. гос. ин-т им. П.И. Чайковского, 2023b. – С. 192–195.

60. Замышляева Ю. С. Феминитивы в спортивном дискурсе / Ю. С. Замышляева // Вестник Челябинского государственного университета. – 2022b. – № 1 (459). – С. 42–47.

61. Замышляева Ю. С. Функционирование феминитивов-неологизмов в современных СМИ / Ю. С. Замышляева // Вестник Челябинского государственного университета. – 2021e. – № 4 (450). – С. 52–56.

62. Зауэр А. А. Феминитивы в русскоязычном интернет-пространстве / А. А. Зауэр // Ученые записки Новгородского государственного университета. – 2020. – № 2 (27). – С. 1–3.

63. Захарова О. С. Окказиональное словообразование в соотношении с нормой и узусом / О. С. Захарова // Вестник Российского университета дружбы народов. – 2012. – № 2. – С. 33–42.

64. Зеленин А. В. Феминативы в языковом коммуникативном пространстве первой волны эмиграции / А. В. Зеленин // Коммуникативное поведение. – Вып. 26. – Воронеж, 2007. – С. 148–170.

65. Зеленина Т. И., Тойкина О. В. Лингвокультурные аспекты самопрезентации соискателя в ситуации трудоустройства / Т. И. Зеленина, О. В. Тойкина // Вестник Удмуртского университета. – 2015. – № 5. – С. 81–88.

66. Земская Е. А. Активные процессы современного словопроизводства / Е. А. Земская // Русский язык конца XX столетия (1985-1995). – М.: Языки русской культуры, 1996. – 712 с.

67. Земская Е. А. Словообразование как деятельность / Е. А. Земская. – М.: Наука, 1992. – 221 с.

68. Земская Е. А. Современный русский язык. Словообразование. / Е. А. Земская. – М.: Просвещение, 1973. – 328 с.

69. Земская Е. А., Китайгородская М. В., Розанова Н. Н. Языковая игра / Е. А. Земская, М. В. Китайгородская, Н. Н. Розанова // Русская разговорная речь. Фонетика. Морфология. Лексика. Жест / отв. ред. Е. А. Земская. – М.: Наука, 1983. – 238 с.

70. Зубкова Е. В., Котельникова А. О., Киловатая М. А. Гендерная инклюзивность в официальном испаноязычном дискурсе [Электронный ресурс] / Е. В. Зубкова, А. О. Котельникова, М. А. Киловатая // Мир науки. Социология, филология, культурология. — 2021. — Т. 12, № 4. — URL: <https://sfk-mn.ru/PDF/38FLSK421.pdf> (дата обращения: 20.05.2022).

71. Ильина Т. П. Инклюзивное написание: нелепая мода или дальнейшее развитие французского языка по пути «феминизации»? / Т. П. Ильина // Вестник Московского государственного лингвистического университета. Гуманитарные науки. – 2018. – № 5 (795). – С. 33–42.

72. Ильясова С. В. Словообразовательная игра как феномен языка современных СМИ / С. В. Ильясова. — Ростов-н/Дону: Изд-во Ростов. ун-та, 2002. – 358 с.

73. Ильясова С. В., Пугачева Е. В. Феминитивность: от лексической к словообразовательной / С. В. Ильясова, Е. В. Пугачева // Филологический класс. – 2022. – Т. 27, № 4. – С. 54–66.

74. Ильясова С. В., Амири С. В. Языковая игра в коммуникативном пространстве СМИ и рекламы / С. В. Ильясова, Л. П. Амири. – М.: Флинта, 2009. – 296 с.

75. Казак М. Ю. Язык газеты / М. Ю. Казак. – Белгород: Белгород, 2012. – 120 с.

76. Калинин А. В. Не единой меркой! / А. В. Калинин // Литературная газета. – 04.07.1973.

77. Карасик В. И. Языковые ключи / В. И. Карасик. – М.: Гнозис, 2009. – 406 с.

78. Караулов Ю. Н. О состоянии русского языка современности / Ю. Н. Караулов // Русский язык и современность. Проблемы и перспективы развития русистики. – М., 1991. – 66 с.

79. Катермина В. В., Илмаз-Леденева Т. О. Языковая личность в дискурсе социальных сетей / В. В. Катермина, Т. О. Илмаз-Леденева // Вестник Чувашского государственного педагогического университета им. И. Я. Яковлева. – 2019. – №3. – С. 64–70.

80. Качалова И. Н. Феномен языковой игры как средства выражения оценочной семантики в текстах СМИ / И. Н. Качалова // Вестник Московского государственного областного университета. Серия: Русская филология. – 2010. – № 2. – С.83–87.

81. Киндеркнехт А. С., Степанюк В. В. Способы привлечения внимания в заголовках СМИ / А. С. Киндеркнехт, В. В. Степанюк // Филологические науки. Вопросы теории и практики. – 2016. – № 8-2 (62). – С. 94–97.

82. Кирсанова, М. А. Явление андроцентризма в пословичном фонде английского языка / М. А. Кирсанова // Наука и школа. – 2013. – № 1. – С. 61–65.

83. Китова Е. Б. Наименования профессий в современном английском языке: гендерный аспект / Е. Б. Китова // Вестник Южно-Уральского государственного университета. Серия: Лингвистика. – 2022. – Т. 19, № 2. – С. 59–64.

84. Ключев Е. В. Риторика (Инвенция. Диспозиция. Элокуция) / Е. В. Ключев. – М.: ПРИОР, 1999. – 272 с.

85. Кобяков А. В. Феминитивы в медиа: проект словаря / А. В. Кобяков // Verba. Северо-Западный лингвистический журнал. – 2021. – № 1 (1). – С. 89–97.

86. Козьякова О. А., Кочева О. Л. Гендерный аспект языка блогосферы / О. А. Козьякова, О. Л. Кочева // Russian Linguistic Bulletin. – № 1 (29). – 2022. – С. 122–126.

87. Колесов В. В. Русская речь. Вчера. Сегодня. Завтра / В. В. Колесов. – СПб.: Юна, 1998. – 246 с.

88. Копнина Г. А. Речевая норма: опыт системного осмысления понятия / Г. А. Копнина // Вестник Красноярского государственного педагогического университета им. В. П. Астафьева. – 2012. – № 1. – С. 263–267.

89. Кормилицына М. А. Тенденции изменений в стилистическом облике традиционных журналистских жанров в современной прессе / М. А. Кормилицына // Жанры речи. – 2018. – № 1 (17). – С. 67–72.

90. Костомаров В. Г. Русский язык на газетной полосе: некоторые особенности языка современной газетной публицистики / В. Г. Костомаров. – М.: Изд-во Моск. ун-та, 1971.

91. Кристева Ю. Силы ужаса: эссе об отвращении / Ю. Кристева. – Санкт-Петербург: Алетейя, 2014. – 248 с.
92. Кронгауз М. А. Изменения в русском языке лексика, семантика и прагматика / М. А. Кронгауз // *La Revue russe*. – 2003. – С. 55–64.
93. Крысин Л. П. К соотношению системы языка, его нормы и узуса / Л. П. Крысин // *Коммуникативные исследования*. – 2017. – № 2 (12). – С. 20–31.
94. Лазарева Э. А. Заголовочный комплекс текста – средство организации и оптимизации восприятия / Э. А. Лазарева // *Известия Уральского государственного университета*. – 2006. – № 40. – С. 158–166.
95. Лалетина А. О. Языковая норма в эпоху глобализации / А. О. Лалетина // *Ученые записки Казанского университета*. – 2011. – Т. 153, кн. 6. – С. 219–226.
96. Лаппо М. А., Малиновская Н. И. Параметризация базы данных узуальных и неuzuальных феминитивов / М. А. Лаппо, Н. И. Малиновская // *Вопросы лексикографии*. – № 18. – 2020. – С. 52-72.
97. Ларионова А. Ю. Неформальная коммуникация как сфера активных языковых процессов / А. Ю. Ларионова // *Новая Россия: традиции и инновации в языке и науке о языке: материалы докл. и сообщ. Междунар. науч. конф.* – М.; Екатеринбург: Кабинетный ученый, 2016. — С. 465–473.
98. Лисоченко Л. В., Лисоченко О. В. Языковая игра на газетной полосе (в свете металингвистики и теории коммуникации) / Л. В. Лисоченко, О. В. Лисоченко // *Эстетика и поэтика языкового творчества: межвуз. сб. науч. тр. / К 95-летию со дня рождения М. А. Шолохова*. – Таганрог: Изд-во Таганрогского гос. пед. ин-та, 2000. – С. 128–142.
99. Лукина Д. А., Гурова Н. А. Феминитивы в русской речи: история возникновения и перспективы развития / Д. А. Лукина, Н. А. Гурова // *Актуальные проблемы современной лингвистики и гуманитарных наук*. – М.: Рос. ун-т дружбы народов, 2021. – С. 112–124.

100. Лукина М. М. Трансформации журналистского текста в условиях интернет-среды / М. М. Лукина // Вестник Московского университета. Серия 10. Журналистика. – 2009. – № 3. – С. 54–73.

101. Лутовинова О. В. Лингвокультурологические характеристики виртуального дискурса / О. В. Лутовинова. – Волгоград: Перемена, 2009. – 477 с.

102. Малярчук-Прошина У. О. К вопросу о маркерах оценочности в современном публицистическом дискурсе / У. О. Малярчук-Прошина // Ученые записки Крымского федерального университета имени В. И. Вернадского. Филологические науки. – 2016. – Т. 2, № 1. – С. 132–137.

103. Малярчук-Прошина У. О. Синтаксические средства выражения оценки в медиатекстах / У. О. Малярчук-Прошина // Ученые записки Крымского федерального университета имени В. И. Вернадского. Филологические науки. – 2015. – Т. 1, № 2. – С. 89–94.

104. Назарова Е. М. Функционирование феминитивов в текстах традиционных СМИ / Е. М. Назарова // Наука сегодня: фундаментальные и прикладные исследования. – 2019. – С. 55–57.

105. Негрышев А.А. Языковая игра в новостном медиатексте: референциально-прагматический аспект [Электронный ресурс] / А. А. Негрышев // Электронный научный журнал ф-та журналистики МГУ им. М.В. Ломоносова «Медиаскоп». – 2010. – № 4. – URL: www.mediascope.ru/node/669 (дата обращения: 04.12.2022).

106. Нещименко Г. П. Существительные женского рода со значением лица в чешском и русском языке: Тенденции развития / Г. П. Нещименко // Язык, сознание, коммуникация: сб. науч. ст., посв. памяти проф. А. Г. Широковой. Вып. 38. – М.: Изд-во Моск. ун-та, 2009. – С. 10–25.

107. Новицка Б. Феминитивы с суффиксом -к(а) в новой русской лексике / Б. Новицка // Studia rossica posnaniensia. – 2006. – № 33. – С. 73–76.

108. Обжорин А. М. Профессиональная идентичность пользователей социальной сети «ВКонтакте» / А. М. Обжорин // Метеор-Сити. – 2016. – № 5. – С. 36–41.

109. Орел И. В. Рост числа феминитивов в современной Германии / И. В. Орел // Евразийское научное объединение. – 2021. – № 9-3. – С. 220–221.

110. Панов М. В. Труды по общему языкознанию и русскому языку. Т. 2 / Под ред. Е. А. Земской, С. М. Кузьминой. – М.: Языки славянской культуры, 2007. – 848 с.

111. Плаксина Е. Б., Кусова М. Л. Языковые средства реализации воздействующей функции заголовков (на материале российской и французской прессы) / Е. Б. Плаксина, М. Л. Кусова // Политическая лингвистика. – 2011. – № 4. – С. 117–120.

112. Плещенко Т. П., Федотова Н. В., Чечет Р. Г. Стилистика и культура речи / Т. П. Плещенко, Н. В. Федотова, Р. Г. Чечет. – Минск: ТетраСистемс, 2001. – 544 с.

113. Пронина Н. А. Использование феминитивов в разговорной речи (на материале социальных сетей) / Н. А. Пронина // Русский язык на перекрестке эпох: традиции и инновации в русистике. – М., 2019. – С. 92–98.

114. Протченко И. Ф. Лексика и словообразование русском языке советской эпохи: социолингвистический аспект / И. Ф. Протченко. – М., 1985. – 351 с.

115. Протченко И. Ф. Об образовании и употреблении имен существительных женского рода – названий лиц в современном русском языке: автореф. дис. ... канд. филол. наук / Протченко Иван Федорович. – М., 1955. – 20 с.

116. Прохорова А. С. Наименование лиц женского пола по профессиональной принадлежности на рубеже XX–XXI веков / А. С. Прохорова // Преподаватель XXI век. – 2012. – № 3. – С. 292–295.

117. Прохорова К. В. Заголовочный комплекс в медиатексте: особенности функционирования / К. В. Прохорова // Вестник Санкт-Петербургского университета. Язык и литература. – 2012. – № 1. – С. 238–246.

118. Пугачева Е. В. Неофеминитивы в интернет-коммуникации: словообразование, функционирование / Е. В. Пугачева // Вестник Адыгейского государственного университета. Серия 2: Филология и искусствоведение. – 2020. – № 4 (267). – С. 82–90.

119. Пугачева Е. В. Феминитивы как объект метаязыковой рефлексии интернет-пользователей / Е. В. Пугачева // Известия Волгоградского государственного педагогического университета. – 2020. – № 5 (148). – С. 97–105.

120. Пыстина О. В. Языковая игра как прием в заголовочных комплексах региональных изданий / О. В. Пыстина // Вестник Сыктывкарского университета. Серия гуманитарных наук. – 2014. – № 3. – С. 203–212.

121. Ратманова А. А. Обучение переводу студентов неязыковых специальностей с английского языка на русский: феминитивы в фокусе / А. А. Ратманова // Вестник НЦБЖД. – 2021. – № 3 (49). – С. 33–40.

122. Розенталь Д. Э. Справочник по правописанию и стилистике / Д. Э. Розенталь. – М.: Комплект, 1997. – 384 с.

123. Романкевич М. Н. От аномалии к норме: феминитивы в современном французском языке / М. Н. Романкевич // Вестник Московского государственного лингвистического университета. Сер. 1, Филология. – 2021. – № 3 (112). – С. 57–65.

124. Романов Р. В. Сквозь призму языкового сексизма / Р. В. Романов. – Екатеринбург: Издательские решения, 2018. – 172 с.

125. Рослякова М. В. Социальные сети в профессиональной деятельности государственных служащих: российская практика и

зарубежный опыт / М. В. Рослякова // Социодинамика. – 2019. – № 9. – С. 82–99.

126. Саватеева Л. В. Категория «Сексизм» в фокусе лингвистической политкорректности / Л. В. Саватеева // Вестник ТИУиЭ. – 2008. – № 2. – С. 52–57.

127. Савченко А. С. Развитие феминитивов в немецком языке / А. С. Савченко // Курсантские исследования: сб. науч. раб. – 2020. – № 7. – С. 211–212.

128. Самойленко Н. С., Стеклёнова А. А. Феминитивы как инструмент гендерной дифференциации в СМИ / Н. С. Самойленко, А. А. Стеклёнова // Актуальные вопросы современной филологии и журналистики. – 2019. – № 2 (33). – С. 126–131.

129. Секерина М. Е., Захарова Ю. Г. Феминитивы в языке блогов / М. Е. Секерина, Ю. Г. Захарова // Гуманитарные научные исследования. – 2017. – № 4. – С. 372–377.

130. Селиванова Л. И. Карьерная самопрезентация в интернет-сообществе посредством аккаунта в социальных сетях / Л. И. Селиванова // Вестник Костромского государственного университета им. Н.А. Некрасова. – 2012. – № 6. – С. 219–223.

131. Скляр Е. С. Роль феминитивов в русском языке / Е. С. Скляр // Региональный вестник. – 2019. – № 11 (26). – С. 43–44.

132. Сметанина С. И. Медиа-текст в системе культуры (динамические процессы в языке и стиле журналистики конца XX века) / С. И. Сметанина. – СПб.: Изд-во Михайлова В.А., 2002. – 383 с.

133. Солганик Г. Я. Автор как стилеобразующая категория публицистического текста / Г. Я. Солганик // Синтаксическая стилистика. – М., 2006. – С. 202–211.

134. Солганик Г. Я. Место языка СМИ в литературном языке. Перспективы развития / Г. Я. Солганик // Мир русского слова. – 2008. – № 2. – С. 9–18.

135. Солганик Г. Я. Современная языковая ситуация и тенденции развития русского литературного языка / Г. Я. Солганик // Вестник Московского университета. Серия 10. Журналистика. – 2010. – № 5. – С. 122–134.
136. Солганик Г. Я. Творцы литературной нормы / Г. Я. Солганик // Русский мир. – 2010. – № 11. – URL: <http://www.ruskiymir.ru/ruskiymir/ru/magazines/archive/2010/11/article0008> (дата обращения: 10.09.2021).
137. Солтыс В. К. Язык блогосферы Рунета: гендерный аспект / В. К. Солтыс // Русистика. – № 4. – 2020. – С. 454–468.
138. Стернин И. А. Общественные процессы и развитие современного русского языка. Очерк изменений в русском языке конца XX века / И. А. Стернин. – Воронеж: Научное издание, 2004. – 93 с.
139. Стернин И. А. Социальные факторы и развитие современного русского языка / И. А. Стернин // Теоретическая и прикладная лингвистика. – Вып. 2. Язык и социальная среда. – Воронеж: Изд-во ВГТУ, 2000. – С. 4–16.
140. Стрельчук В. Г. Языковая игра на газетной полосе / В. Г. Стрельчук // Вестник Московского государственного университета печати. – 2015. – № 2. – С. 144–148.
141. Сумина Н. В., Величко Д. Р. Наименование лиц женского пола и их бытование в современных языках / Н. В. Сумина, Д. Р. Величко // Язык и культура в условиях глобализации. – М., 2017. – С. 40–47.
142. Тимофеев Б. Правильно ли мы говорим? / Б. Тимофеев. – Л.: Лениздат, 1961. – 195 с.
143. Трофимова Е. Б. Существительные общего рода как проблемное поле в лингвистике / Е. Б. Трофимова // Актуальные проблемы современного словообразования: сб. науч. ст. / под общ. ред. Л.А. Араевой. Вып. 4. – Кемерово, 2011. – С. 475–480.

144. Трошева Т. Б. Стилистическая норма / Т. Б. Трошева // Стилистический энциклопедический словарь русского языка / под ред. М. Н. Кожинной. – М.: Флинта: Наука, 2003. – С. 433–437.
145. Федотова Т. В., Кулик И. В. Парадигматика и прагматика феминитивов в русском и английском языках / Т. В. Федотова, И. В. Кулик // Евразийский Союз Ученых. – 2016. – № 7-2 (28). – С. 67–69.
146. Фуфаева И. В. Как называются женщины. Феминитивы: история, устройство, конкуренция / И. В. Фуфаева. – М.: Corpus, 2020. – 304 с.
147. Хайдарова В. Ф. Социальные предпосылки возникновения неологических единиц в языке Интернета / В. Ф. Хайдарова // Язык. Культура. Коммуникация: материалы науч.-практ. конф. – Ч. 2. – Ижевск: Изд-во Удмуртского ун-та, 2015. — С. 239–244.
148. Хижняк С. П. Феминитивы VS гендерно нейтральные слова со значением профессий в русском и английском языках / С. П. Хижняк // Язык науки и профессиональная коммуникация. – 2020. – № 2 (3). – С. 24–37.
149. Цонева Л. М. Языковая игра и ее изучение / Л. М. Цонева // Медиалингвистика. – 2014. – № 1 (4). – С. 101–108.
150. Цыбжитова А. А., Труфанова Н. О. Феминитивы-неологизмы в современном английском языке (на материале электронного словаря Urban Dictionary) / А. А. Цыбжитова, Н. О. Труфанова // Молодежь и наука: актуальные проблемы фундаментальных и прикладных исследований. материалы III Всерос. национ. науч. конф. – 2020. – Т. 3. – С. 293–295.
151. Чапаева Л. Г. Демократизация литературного языка: исторические параллели / Л. Г. Чапаева // Международный научно-исследовательский журнал. – 2013. – № 12-2 (19). – С. 119–121.
152. Часовский Н. В. Интернет-мем как особый жанр коммуникации / Н. В. Часовский // Ученые записки Забайкальского государственного университета. Серия: Филология, история, востоковедение. – 2015. – № 2 (61). – С. 124–127.

153. Часовский Н. В. Самопортрет студента в Интернете (на примере мема «Веселый студент») / Н. В. Часовский // Вестник Челябинского государственного университета. Серия: Филология. Искусствоведение. – 2014. – № 10 (339). – С. 151–153.

154. Челак Е. А. Феминитивы в дискурсе интернет-коммуникации / Е. А. Челак // Международный научно-исследовательский журнал. – 2018. – № 12-2. – С. 197–200.

155. Читахова Л. Л., Огородов М. К., Селиванова Н.А. Языковые и социальные аспекты функционирования феминитивов в современном французском языке: словарное исследование / Л. Л. Читахова, М. К. Огородов, Н. А. Селиванова // Филология и культура. – 2019. – № 4 (58). – С.129–138.

156. Чуковская Л. К. Моя грач прилетела [Электронный ресурс] / Л. К. Чуковская // Невское время. – 1996. – URL: <https://www.chukfamily.ru/lidia/prosa-lidia/stati-prosa-lidia/moya-grach-priletela> (дата обращения: 10.12.2022).

157. Чуковский К. И. Собрание сочинений: в 6 т. / К. И. Чуковский. – Т. 3. – М.: Худож. лит., 1966. – 768 с.

158. Шалимова П. А. «Новые» феминитивы в современном русском языке: экстралингвистический и лингвистический аспекты / П. А. Шалимова // Вестник Чебоксарского филиала Российской академии народного хозяйства и государственной службы при Президенте Российской Федерации. – 2022. – № 1 (28). – С. 123–132.

159. Шанский Н. М. Очерки по русскому словообразованию и лексикологии / Н. М. Шанский. – М.: Учпедгиз, 1959. – 245 с.

160. Шарандин А. Л. Феминитивы как производные номинации профессий в аспекте словообразовательной оппозиции по роду и полу / А. Л. Шарандин // Когнитивные исследования языка. – 2023. – № 1 (52). – С. 111–121.

161. Шереметова Ю. А. Лексические средства гендерной нейтрализации в английском и русском общественно-политическом тексте / Ю. А. Шереметова // Вестник Московского государственного областного университета. Серия: Лингвистика. – 2018. – № 3. – С. 184–192.

162. Шилихина К. М. Ирония как способ повышения авторитетности / К. М. Шилихина // Вестник Воронежского университета. Серия: Аспекты языка и коммуникации. – 2008. – Вып. 4. – С. 184–194.

163. Шкатова Л. А. Развитие ономаσιологических структур (на примере наименования лиц по профессии в русском языке) / Л. А. Шкатова. – Иркутск: Изд-во Иркут. ун-та, 1984. – 152 с.

164. Шкуратова И. П. Самопрезентация / И. П. Шкуратова // Психология общения. Энциклопедический словарь / под общей ред. А. А. Бодалева. – М.: Когито-Центр, 2011. – С. 138–139.

165. Щербакова Н. Н. Словообразовательная специфика феминитивов в русском просторечии XVIII века / Н. Н. Щербакова // Мир науки, культуры, образования. – 2022. – № 6 (97). – С. 530–532.

166. Янко-Тринецкая Н. А. Наименования лиц женского пола существительными женского и мужского рода / Н. А. Янко-Тринецкая // Развитие словообразования современного русского языка. – М.: Наука, 1966. – С. 167–210.

167. Comrie B., Stone G. The Russian language since the revolution / B. Comrie, G. Stone. – Oxford University Press, 1978. – 258 p.

168. Fairclough N. Discourse and Social Change / N. Fairclough. – Cambridge; Oxford; Malden: Polity Press, 1993. – 272 p.

169. Guzaerova R. R., Sabolova D., Kosova V.A. Russian feminine nouns with suffix -k(a) in the modern mediaspace / R. R. Guzaerova, D. Sabolova, V. A. Kosova // Revista San Gregorio, 2018. – Vol. 25. – P. 36–43.

170. Lakoff R. Language and Women's Place / R. Lakoff // Language in Society, 1973. – No. 2. – P. 45–79.

171. Nevalainen T., Tieken-Boon van Ostade I. Standardization / T. Nevalainen // A History of the English Language / Ed. by R. Hogg, D. Denison. – Cambridge: Cambridge Univ. Press, 2006. – P. 271–311.

172. Pech M. E. Comment fonctionne « l'écriture inclusive » [Электронный ресурс] / M. E. Pech // Le Figaro, 05.10.2017. – URL: www.premium.lefigaro.fr/actualite-france/2017/10/05 (дата обращения: 12.01.2023).

173. Pusch L. Alle Menschen werden Schwestern / L. Pusch. – Frankfurt a. M.: Suhrkamp, 1990. – 248 p.

174. Salata I. Tendencies in using feminines in modern English, Ukrainian and Russian. Difficulties in translation / I. Salata // Young Scientist. – 2020. – vol. 2.1. – No. 78.1. – P. 88–90.

175. Sosnowski W. P., Satoła-Staśkowiak J. A contrastive analysis of feminines in Bulgarian, Polish and Russian [Электронный ресурс] / W. P. Sosnowski, J. Satoła-Staśkowiak // Cognitive Studies | Études cognitives. – 2019. – No. 19. – URL: <https://doi.org/10.11649/cs.1922> (дата обращения: 10.12.2022).

176. Trömel-Plötz S. Linguistik und Frauensprache / S. Trömel-Plötz // Linguistische Berichte. 1978. – P. 49–68.

Словари, справочники, энциклопедии

177. Большой академический словарь русского языка / гл. ред. К. С. Горбачевич, А. С. Герд. — М.; СПб.: Наука, 2004.

178. Большой толковый словарь русских существительных: Идеографическое описание. Синонимы. Антонимы / сост. Л. Г. Бабенко. — М.: АСТ-Пресс, 2008. — 864 с.

179. Большой толковый словарь русского языка / гл. ред. С. А. Кузнецов. — М.: Рос. акад. наук, Ин-т лингв. исслед., 2004. — 1534 с.

180. Голованова Е. И. Словарь актуальных профессий / Е. И. Голованова. – Челябинск: Челяб. гос. ун-т, 2004б. – 103 с.
181. Гридина, Т. А. Объяснительный словарь детских инноваций. – Екатеринбург: Урал. гос. пед. ун-т, 2012. – 202 с.
182. Ефремова Т. Ф. Новый словарь русского языка: Толково-словообразовательный / Т. Ф. Ефремова. – М.: Русский язык, 2000. – Т. 1. – 1210 с.
183. Квашнина Е. Н., Житникова Л. В. Русско-английский словарь профессий и должностей / Е. Н. Квашнина, Л. В. Житникова. – Челябинск: Изд-во Челяб. гос. ун-та, 2013. – 219 с.
184. Краткий словарь лингвистических терминов / сост. Н. В. Васильева, В. А. Виноградов, А. М. Шахнарович. – М.: Рус. язык, 2003. – 212 с.
185. Лингвистический энциклопедический словарь / гл. ред. В. Н. Ярцева. – М.: Сов. энциклопедия, 1990. – 688 с.
186. Нелюбин Л. Л. Толковый переводоведческий словарь / Л.Л. Нелюбин. – 3-е изд., перераб. – М.: Флинта: Наука, 2003. – 320 с.
187. Обратный словарь русского языка / науч. консультанты: А. А. Зализняк, Р. В. Бахтурина, Е. М. Сморгунова. – М.: Сов. энциклопедия, 1974. – 944 с.
188. Словарь лингвистический терминов и понятий / сост. Т. В. Жеребило. – Назрань: Пилигрим, 2016. – 610 с.
189. Стилистический энциклопедический словарь русского языка / под ред. М.Н. Кожинной. – М.: Флинта: Наука, 2003. – 696 с.
190. Ушаков Д. Н. Большой толковый словарь современного русского языка / Д. Н. Ушаков. – М.: Альта-Принт, 2005. – 1239 с.
191. Cambridge Dictionary. English Dictionary, Translations & Thesaurus [сайт]. – URL: <https://dictionary.cambridge.org> (дата обращения: 06.08.2022).
192. Nová slova v češtině 2: Nová slova v češtině. 2. Slovník neologizmů, – Praha 2004.

Интернет-источники

193. 12 канал [Электронный ресурс]. – URL: <https://12-kanal.ru/>
194. Афиша Daily [Электронный ресурс]. – URL: <https://daily.afisha.ru/>
195. Бизнес-портал «Вся правда» [Электронный ресурс]. – URL: <https://vsyapravda.net/>
196. Блокнот Волгоград [Электронный ресурс]. – URL: <https://bloknot-volgograd.ru>
197. Блокнот Тамбов [Электронный ресурс]. – URL: <https://bloknottambov.ru/>
198. Ведомости – ведущее деловое издание России [Электронный ресурс]. – URL: <https://www.vedomosti.ru/>
199. Верстов.Инфо [Электронный ресурс]. – URL: <https://www.verstov.info/>
200. Вести.ru [Электронный ресурс]. – URL: <https://www.vesti.ru/>
201. Газета «Аргументы и факты» [Электронный ресурс]. – URL: <https://aif.ru>
202. Газета «Комсомольская правда» [Электронный ресурс]. – URL: <https://www.kp.ru/>
203. Газета «Московский Комсомолец» [Электронный ресурс]. – URL: <https://mk.ru/>
204. Газета «Рабочий путь» [Электронный ресурс]. – URL: <https://www.rabochy-put.ru/>
205. Газета.ru [Электронный ресурс]. – URL: <https://www.gazeta.ru/>
206. Городские новости Красноярск [Электронный ресурс]. – URL: <https://gornovosti.ru/>
207. Городской портал Gorod214 [Электронный ресурс]. – URL: <https://gorod214.by/>
208. Городской портал Om1.ru [Электронный ресурс]. – URL: <https://www.om1.ru/>

209. Городской портал Сочи [Электронный ресурс]. – URL: <https://sochi24.tv/>
210. Горящая изба – Женское издание про все [Электронный ресурс]. – URL: <https://burninghut.ru/>
211. ГТРК «Башкортостан» [Электронный ресурс]. – URL: <https://gtrk.tv/>
212. ГТРК Владимир [Электронный ресурс]. – URL: <https://vladtv.ru/>
213. Деловая газета «Взгляд» [Электронный ресурс]. – URL: <https://vz.ru/>
214. Живой Журнал [Электронный ресурс]. – URL: <https://www.livejournal.com/>
215. Журнал «Нож» [Электронный ресурс]. – URL: <https://knife.media/>
216. Журнал «Русский Ювелир» [Электронный ресурс]. – URL: <https://russianjeweller.ru/>
217. Журнал Grazia [Электронный ресурс]. – URL: <https://graziomagazine.ru/>
218. Журнал The Voice [Электронный ресурс]. – URL: <https://www.thevoicemag.ru/>
219. Звездный бульвар – все новости СВАО Москвы [Электронный ресурс]. – URL: <https://zbulvar.ru/>
220. ИА IvanovoNews [Электронный ресурс]. – URL: <https://www.ivanovonews.ru/>
221. ИА Взгляд-инфо [Электронный ресурс]. – URL: <https://www.vzsar.ru/>
222. Издательский дом «Губерния» [Электронный ресурс]. – URL: <https://gubernia74.ru/>
223. Интернет для женщин Woman.ru [Электронный ресурс]. – URL: <https://www.woman.ru/>
224. Информагенство «Первое областное» [Электронный ресурс]. – URL: <https://www.1obl.ru/>

225. Информационное агентство Regnum [Электронный ресурс]. – URL: <https://regnum.ru/>
226. Информационное агентство Ura.ru [Электронный ресурс]. – URL: <https://ura.news/>
227. Инфоцентр AfterShock [Электронный ресурс]. – URL: <https://aftershock.news/>
228. Калуга24 [Электронный ресурс]. – URL: <https://kaluga24.tv/>
229. Киберспорт – все новости киберспорта и игр [Электронный ресурс]. – URL: <https://cyber.sports.ru/>
230. Коммерсантъ: последние новости России и мира [Электронный ресурс]. – URL: <https://www.kommersant.ru/>
231. Компьютерный форум OSzone.net [Электронный ресурс]. – URL: <http://www.oszone.net/>
232. Кубанские новости [Электронный ресурс]. – URL: <https://kubnews.ru/>
233. Курс дела [Электронный ресурс]. – URL: <https://kursdela.biz/>
234. Литературная газета [Электронный ресурс]. – URL: <https://lgz.ru/>
235. МегаТюмень [Электронный ресурс]. – URL: <https://megatyumen.ru/>
236. Мессенджер Telegram [Электронный ресурс]. – URL: <https://web.telegram.org/>
237. МОЁ! Online. Все новости Липецка [Электронный ресурс]. – URL: <https://moe-lipetsk.ru/>
238. Мой Красноярск [Электронный ресурс]. – URL: <https://trk7.ru/>
239. Научно-культурологический журнал Relga [Электронный ресурс]. – URL: <http://www.relga.ru/>
240. Национальный корпус русского языка [Электронный ресурс]. – URL: <https://ruscorpora.ru/>
241. Новосибирская областная газета [Электронный ресурс]. – URL: «Советская Сибирь» <http://www.sovsibir.ru/>

242. Новости восточной ленты [Электронный ресурс]. – URL: <https://novostivl.ru/>
243. Новости Иркутска и Иркутской области – БезФормата [Электронный ресурс]. – URL: <https://irkutsk.bezformata.com/>
244. Новости искусства на ARTInvestment [Электронный ресурс]. – URL: <https://artinvestment.ru/>
245. Новости киберспорта Escorenews [Электронный ресурс]. – URL: <https://escorenews.com/ru>
246. Новости Новосибирска НГС [Электронный ресурс]. – URL: <https://ngs.ru/>
247. Новости спорта Metaratings [Электронный ресурс]. – URL: <https://metaratings.ru/news/>
248. Новости спорта Sportbox [Электронный ресурс]. – URL: <https://news.sportbox.ru/>
249. Новости спорта Spots.ru [Электронный ресурс]. – URL: <https://www.sports.ru/>
250. Новости Татарстана и Казани – Татар-информ [Электронный ресурс]. – URL: <https://www.tatar-inform.ru/>
251. Новостной портал 66.ru [Электронный ресурс]. – URL: <https://66.ru/>
252. Новостной портал Город55 [Электронный ресурс]. – URL: <https://gorod55.ru/>
253. Новостной портал Пензы СМИ58 [Электронный ресурс]. – URL: <https://smi58.ru/>
254. Новостной портал Ульяновска [Электронный ресурс]. – URL: <https://73online.ru/>
255. Общественно-политическая газета «Вечерняя Казань» [Электронный ресурс]. – URL: <https://www.evening-kazan.ru/>
256. Общественно-политическое издание «Верблюды в огне» [Электронный ресурс]. – URL: <https://verbludvogne.ru/>

257. ОмскТВ [Электронный ресурс]. – URL: <https://itv55.ru/>
258. Онлайн-журнал Starhit [Электронный ресурс]. – URL: <https://www.starhit.ru/>
259. Открытый Лесной [Электронный ресурс]. – URL: <https://openlesnoy.ru/>
260. Парламентская газета [Электронный ресурс]. – URL: <https://www.pnp.ru/>
261. Первый ярославский телеканал [Электронный ресурс]. – URL: <https://1yar.tv/>
262. Пинтерест [Электронный ресурс]. – URL: <https://ru.pinterest.com/>
263. Платформа о путешествиях TripAdvisor [Электронный ресурс]. – URL: <https://www.tripadvisor.ru/>
264. Подмосковье сегодня [Электронный ресурс]. – URL: <https://mosregtoday.ru/>
265. Портал «Дзен» [Электронный ресурс]. – URL: <https://dzen.ru/zenblogs>
266. Портал «Медицинский туризм в Израиле» [Электронный ресурс]. – URL: <https://www.isramedportal.ru/>
267. Портал Ferra [Электронный ресурс]. – URL: <https://www.ferra.ru/>
268. Портал Medialeaks [Электронный ресурс]. – URL: <https://medialeaks.ru/>
269. Портал ОКА.FM [Электронный ресурс]. – URL: <https://www.oka.fm/>
270. Портал PlayGround [Электронный ресурс]. – URL: <https://www.playground.ru/>
271. Портал о киберспорте CQ [Электронный ресурс]. – URL: <https://cq.ru/>
272. Портал об играх VGTimes [Электронный ресурс]. – URL: <https://vgtimes.ru/>

273. Портал с отзывами «Айрекоменд» [Электронный ресурс]. – URL: <https://irecommend.ru/>
274. Портал с отзывами «Отзовик» [Электронный ресурс]. – URL: <https://otzovik.com/>
275. Практическая помощь бухгалтеру – Клерк.ру [Электронный ресурс]. – URL: <https://www.klerk.ru/>
276. Прима – новости Красноярск [Электронный ресурс]. – URL: <https://www.prima-tv.ru/>
277. Програмысли [Электронный ресурс]. – URL: <https://www.flenov.info/>
278. Проект «Сноб» [Электронный ресурс]. – URL: <https://snob.ru/>
279. Радио Sputnik [Электронный ресурс]. – URL: <https://radiosputnik.ria.ru/>
280. Развлекательный портал uCrazy [Электронный ресурс]. – URL: <https://ucrazy.ru/>
281. Развлекательный сайт для фанатов Fandom [Электронный ресурс]. – URL: <https://www.fandom.com/>
282. Рамблер Новости [Электронный ресурс]. – URL: <https://news.rambler.ru/>
283. РБК Новости [Электронный ресурс]. – URL: <https://www.rbc.ru/>
284. РЕН ТВ [Электронный ресурс]. – URL: <https://ren.tv/>
285. РИА Новости [Электронный ресурс]. – URL: <https://ria.ru/>
286. РИА Новый день [Электронный ресурс]. – URL: <https://newdaynews.ru/>
287. РИАМО – главные новости дня Москвы и Подмосковья [Электонный ресурс]. – URL: <https://riamo.ru/>
288. Российский информационно-развлекательный портал «Пикабу» [Электронный ресурс]. – URL: <http://pikabu.ru>
289. Сайт компании «Белый кот» [Электронный ресурс]. – URL: <https://www.whitecat.ru/>

290. Сайт по бронированию отелей 101Hotels [Электронный ресурс]. – URL: <https://101hotels.com/>
291. Сайт профессиональных психологов – психологическая помощь и онлайн консультации [Электронный ресурс]. – URL: <https://www.b17.ru/>
292. Сайт фрилансеров и самозанятых Freelance [Электронный ресурс]. – URL: <https://freelance.ru/>
293. Санкт-Петербург.ру [Электронный ресурс]. – URL: <https://saint-petersburg.ru/>
294. Свадебный портал Svadba1000 [Электронный ресурс]. – URL: <https://svadba1000.ru/>
295. Сервис для общения с клиентами Teletype [Электронный ресурс]. – URL: <https://teletype.in/>
296. Сервис для поиска работы HH.ru [Электронный ресурс]. – URL: <https://hh.ru/>
297. Социальная сеть TenChat [Электронный ресурс]. – URL: <https://tenchat.ru/>
298. Социальная сеть ВКонтакте [Электронный ресурс]. – URL: <https://vk.com/>
299. Социальная сеть Одноклассники [Электронный ресурс]. – URL: <https://ok.ru/>
300. Социальная сеть Пульс для инвесторов от Тинькофф Инвестиции [Электронный ресурс]. – URL: <https://www.tinkoff.ru/invest/>
301. Союз журналистов Челябинской области [Электронный ресурс]. – URL: <https://pressunion.ru/>
302. Спорт-Экспресс [Электронный ресурс]. – URL: <https://www.sport-express.ru/>
303. ТАСС: Новости в России и мире [Электронный ресурс]. – URL: <https://tass.ru/>
304. Тинькофф Журнал [Электронный ресурс]. – URL: <https://journal.tinkoff.ru/>

305. Толк – новости Барнаула, Алтая и Алтайского края [Электронный ресурс]. – URL: <https://tolknews.ru/>
306. Туристический портал ТУРПРОМ [Электронный ресурс]. – URL: <https://www.tourprom.ru/>
307. Форум Черногория [Электронный ресурс]. – URL: <http://www.forum-cg.ru/>
308. Хабр [Электронный ресурс]. – URL: <https://habr.com/ru/>
309. Хабр Фриланс [Электронный ресурс]. – URL: <https://freelance.habr.com/>
310. Хорошие новости Челябинской области [Электронный ресурс]. – URL: <https://hornews.com/>
311. Чемпионат.com: новости спорта [Электронный ресурс]. – URL: <https://www.championat.com/>
312. Юга.ру – новости Краснодара [Электронный ресурс]. – URL: <https://www.yuga.ru/>
313. Яррег – новости Ярославской области [Электронный ресурс]. – URL: <https://yarreg.ru/>
314. Astarta – рецензии, новости и статьи о тяжелой музыке [Электронный ресурс]. – URL: <https://astartaview.ru/>
315. ClassicalMusicNews.Ku – новости музыки [Электронный ресурс]. – URL: <https://www.classicalmusicnews.ru/>
316. ForPost Новости Севастополя [Электронный ресурс]. – URL: <https://sevastopol.su/>
317. KalugaNews – Новости Калуги и Калужской области [Электронный ресурс]. – URL: <https://kaluganews.com/>
318. Lenta.ru – Новости России и мира сегодня [Электронный ресурс]. – URL: <https://lenta.ru/>
319. Molnet.ru: Москва-онлайн [Электронный ресурс]. – URL: <https://www.molnet.ru/mos/ru/>

320. Peoples.ru Интересно о людях [Электронный ресурс]. – URL: <https://www.peoples.ru/>

321. Prosto-Top - Мировые ТОПы, рейтинги, подборки, списки лучших [Электронный ресурс]. – URL: <https://prosto-top.com/>

322. Sputnik Грузия [Электронный ресурс]. – URL: <https://sputnik-georgia.ru/>

323. Ural1 – Последние новости Челябинска [Электронный ресурс]. – URL: <https://ural1.tv/>

**Примеры использования феминитивов
в исследуемых типах дискурса**

I. Феминитивы в сети Интернет

А. Феминитивы, являющиеся гендерно-маркированными наименованиями лиц по профессии, роду деятельности в IT-сфере:

1. Блогерша – блогерка:

Эта блогерша даже пошутила в видео, мол её первая квартира в Нью-Йорке была скорее всего даже меньше [telegram Rozetked Discuss (25.10.2020)]

Блогерша поела в ресторане на 22 тысячи рублей – что ей написали в комментариях? [dzen.ru/ (18.07.2023)].

Когда твой начальник — алгоритм, где там возможна солидарность блогерок и курьерок, и прочее важное обсуждают на внятном языке и с интересными соучастницами [telegram интернет-кафе (18.03.2021)].

Gillette подарил той самой блогер_ке- дайтемневсёнахаляву премиум набор для бритья ЧСВ (или других проблемных мест, см. фото) [https://pikabu.ru/ (21.03.2019)].

2. Веб-дизайнерша – веб-дизайнерка:

Я веб-дизайнерка и тильда-экспертка, помогу вашему бизнесу отличиться на фоне конкурентов и заинтересовать целевую аудиторию [аккаунт на https://freelance.habr.com/].

Веб-дизайнерка, художница и феминистка. Пишу о своём опыте, не претендую на звание «Объективность 2020» и разгребаю скелетов из шкафа. То, о чём молчу в жизни — говорю здесь [профиль на https://dzen.ru/].

супруги **вебдизайнерша**+программер 200тр в мес в челябинске - имхо вполне реально. Если профи конечно [форум <https://aftershock.news/>].

Веб-дизайнерша и верстальщица, которая влюблена в свое дело [профиль на <https://freelance.ru/>].

3. Сисадминша – сисадминка:

Елена Парафенюк просто **СисАдминКа** [аккаунт на <https://career.habr.com/>].

Но вдруг в один прекрасный день мне предложили место, более перспективное по деньгам, но тоже в сфере IT (до сих пор не верится, друзья звали меня блондинка-сисадминка) [<https://dzen.ru/> (26.03.2011)].

Моя непутёвая **сисадминша** понесла! Вон сидит, вся в трансе, положительным тестом слёзы утирает! [<https://dzen.ru/>, 13.07.2023].

ПОЯВИЛСЯ НОВЫЙ МОДНЫЙ КЛИЕНТ ОТ КОТОРОГО УШЛА СИСАДМИНША [telegram канал The After Pasta].

4. Стримерша – стримерка:

У меня аватарку **стримерша** заказала: 33 Счастья полные трусы Хотя я такие расценки написала что не удивительно Т_Т.. сама могла бы позволить себе такие комиссии [telegram Чат для художников (16.07.2022)].

Я не предлагаю сейчас обсуждать конкретно эту **стримершу** [vk (06.02.2016)].

Но даже несмотря на будущие прибыли в лице новых пользователей и денег, которые они принесут, Mixer сразу же потерял доверие своих пользовательниц и **стримерок** — Microsoft запретил девушкам «одеваться слишком откровенно» и «демонстрировать глубокое декольте» [<https://dzen.ru/>, 07.08.2019].

У **стримерки** сдали нервы и она выдала базу [<https://pikabu.ru/>, 23.02.2022].

5. Геймерша – геймерка:

*Сынкам тоже иногда везёт попасть в струю её интереса, например, если она **геймерша** или ролевик, а может быть, балдеет от стихов в свою честь [vk (28.09.2018)].*

*А для наших очаровательных подписчиц до 30-го ноября действует прием работ на отдельный конкурс для истинных **геймерш**, где девушки могут выиграть не только украшения от Ярило, но и другие приятные призы от друзей мастерской! [vk (21.11.2015)].*

*Индустрия мечты: работать с играми — перспективно и интересно, всегда есть, что поучить, а я еще и **геймерка** [телеграм канал Алисе чуть больше, чем 21].*

*Есть ли геймеры или **геймерки** особо разбирающиеся в РОЕ? [https://pikabu.ru, 03.06.2022.]*

6. Тиктокерша – тиктокерка:

*просто известная **тиктокерша**, которую недолюбливают [telegram Чат для художников (12.02.2022)].*

*Популярная **тиктокерша-крановщица** из Тюмени погибла при падении строительного крана [https://pikabu.ru/, 27.07.2022].*

*Привет, дорогие тиктокеры и **тиктокерки**! Наконец-то, долгожданная вечеринка, с музыкой из вашего любимого приложения! [vk (22.06.2021)].*

***Тиктокерша** потратила 2 🍷 рублей, чтобы стать похожей на Бузову 🤪 [vk (02.01.2020)].*

7. Хейтерша – хейтерка:

*Как **хейтерки** опять попытались в аргументы, но у них ничего не получилось [vk (23.05.2023)].*

***хейтерки** ваш выход) [vk (11.02.2023)].*


***Хейтерша** обозвала меня в комментариях два раза [https://dzen.ru/ (05.12.2022)].*

*крч это та мамаша, но оказалось что это моя фанатка **хейтерша** но было весело, все круто поржали! [телеграм канал ул. Графская].*

8. Ютуберша – ютуберка:

Ютуберка в майнкрафте [аккаунт на <https://pikabu.ru/>].

Ника Водвуд (pixelpixel) - феминистка, иллюстраторка и популярная ютуберка. [<https://pikabu.ru/>].

Выберите самую сасную стримершу / ютубершу RADMIRa!!! 
Напишите чем вас она вдохновляет. [vk (05.02.2021)].

Ютуберша Нерин вышла замуж за русского, но взгляните на комментарии корейских мужчин [vk (28.12.2022)].

9. Айтишница:

*У меня до*ра знакомых айтишниц, сами себе дорогу пробили, сами работают, сами довольны* [telegram Rozetked Discuss (09.09.2022)].

Блеск в глазах, учащённый пульс и потные ладошки — вот что чувствует любой айтишник или айтишница при виде этих во истину легендарных книжек [vk (25.11.2015)].

Извинившись, ресепционисты вместе с тётушками-айтишницами посоветовали мне посмотреть наши отечественные программы [livejournal.com (2013)].

10. Программистка:

Это история о том, как одна программистка забавно обвела вокруг пальца кучу IT-контор, показав несостоятельность их HR-специалистов, которых и специалистами, в общем-то, назвать сложно [vk (06.11.2021)].

). Возможно, потому что с меня как с программистки спросу нет, посмотрели на меня, сирую и убогую, и рукой махнули [vk (14.04.2016)].

Я не очень понимаю почему, но к посту, где я говорила о том, что иронично пытаться обозвать обиженных женщин обиженками пришли люди, которые волновало то, что я бы хотела, чтобы меня называли программистка, а не программист [<https://pikabu.ru/>, 21.05.2023].

Б. Феминитивы, являющиеся гендерно-маркированными наименованиями лиц в других относительно новых сферах деятельности:

1. Аудиторша:

*Недавно у нас была целая сцена – **аудиторша** с бухом что-то не поделили* [<https://livejournal.com/>, 19.01.2019].

*Между прочим, на старой еще работе было - приезжала к нам **аудиторша** из Москвы, решили вечером ей прогулку по городу устроить, так она в Ельцин-Центр ехать отказалась* [<https://livejournal.com/>, 20.08.2016].

*Знакомая **аудиторша** сказала не парься. Если налоговая начнет приставать скажи это хобби* [vk (30.10.2018)].

2. Аниматорша – аниматорка:

*Как-то раз я пришла на детский День рождения, где **аниматорша** работала настолько ужасно, что пришлось самой по-быстрому гримироваться и раскочегаривать деток* [<https://www.livejournal.com/> (05.09.2014)].

*Я помню, что когда я была маленькая, в Турции я прилипла к какой-нибудь **аниматорше**, влюблялась в нее и все время болталась рядом, восхищаясь, какая она крутая и вообще,) а сейчас я поняла, что я стала той самой крутой **аниматоршей**, на мне постоянно виснут дети, постоянно крутятся около нашей школы, дерутся, кто наденет мои солнечные очки 🧴
Вот такие дела* [vk (31.12.2015)].

*тк я ещё и **аниматорка** то знаете какой лучший подарок на др **аниматорки**?* [vk (15.09.2021)].

*привет! меня зовут тофур, и я художница, **аниматорка** и начинающая **3D-моделлерка**. здесь я выкладываю свое творчество* [паблик в <https://vk.com/>].

3. Байерша – байерка:

Ушлая байерша Алина Розанова подбирает гардероб для мужчины на осенне-зимний период [vk (04.10.2014)].

Пусть универмаг и лоховской, но там русская байерша, а мне без нее никак. [https://www.livejournal.com/ (31.07.2007)].

Байерка. Турция. Zara /H&M/Adidas [аккаунт в https://vk.com/].

Света и Оля находят лучшие скидки, вкусные спецпредложения и щедро делятся информацией на своем канале Байерка Турция [пост в https://vk.com/].

4. Брокерша:

умно рассказывала брокерша но потом послушал что вещал тип про продавайте все и попросил показать вывод который я накопил яко бы 20000евро но сразу пропали [vk (08.12.2022)].

Брокерша через которую Вы работали параллельно со мной ... подавала заявки с Вашими данными в Росбанк, указывая разные места работы, суммы, контакты и т.д. [vk (24.09.2019)].

И все бы ничего, но Брокерша сказала: Подтвердите аренду, мы зарезервируем квартиру к Вашему приезду, снимем ее с рекламы. [https://www.livejournal.com/ (13.01.2016)].

5. Букмекерша:

Невзирая на это, стареющая опытная букмекерша Амелита остается верна своей работе, которой занимается почти 20 лет [https://prosto-top.com/].

6. Дистрибьюторша – дистрибьюторка:

Дистрибьюторша привезла ему и Бимку [https://dzen.ru/ (11.05.2022)].

Поробовала эту водичку примерно год назад, знакомая дистрибьюторша посоветовала. Особой радости от этой воды я не испытала! [https://otzovik.com/, 09.09.2011].

Вот пример из жизни: дистрибьюторка приглашала меня на встречи, а там мне давали подарки (духи, кремы) [https://www.b17.ru/].

Вакансия — дистрибьюторка? Вы там че с ума сошли?
[<https://teletype.in/>, 22.10.2022].

7. Инвесторша – инвесторка:

Инвесторша-самоучка [аккаунт на <https://dzen.ru>].

Некий «инвестор» (точнее, инвесторша) умудрилась получить убыток в минус 385% [<https://www.livejournal.com/> (15.02.2023)].

Вряд ли такая инвесторка будет рада поделиться в том числе половиной от прироста своего пенсионного инвестпортфеля со ставшим чужим мужчиной, что придется сделать при наличии штампа в паспорте. Брачные контракты в нашей стране работают не очень хорошо [<https://www.livejournal.com/> (15.08.2021)].

Дневник Начинающей Инвесторки [канал в telegram].

8. Менеджерка – менеджерница:

Но на этой неделе я напоролась на очередную беспамятную менеджерницу [<https://dzen.ru> (10.11.2020)].

В преддверии 150-летия МосЗоо для попила юбилейного бюджета после ряда скандалов и грязных инсинуаций с должности директора сняли легендарного академика Спицина и, покопавшись в кадровых закромах мэрии, вследствие отсутствия там профессиональных учёных-биологов, назначили туда очередного "эффективного менеджера", точнее — менеджерницу [vk (03.09.2013)].

Я спросила у менеджерки, а как бы ей понравилось, если бы про неё такое «пошутили»? [vk (05.07.2014)].

Мы в офисе вдвоём сидим, я и менеджерка моя напротив, на входящих. А столовая прямо под нами, на втором этаже находится. [<https://www.livejournal.com/> (12.11.2014)].

9. Продюсерша – продюсерка:

Не хотел — сидел бы дома со своей продюсершой. [vk (14.02.2014)].

Сейчас продюсерша занимается воспитанием своих младших сыновей, отцами которых является фигурист Евгений Плющенко [vk (26.07.2022)].

Продюсерка Шонда Раймс, к сожалению, не впервые использует такой прием [vk (26.04.2014)].

Плюс-сайз модель и продюсерка Лена Акукве (Грачёва) рассказывает о том, как в России обстоят дела с бодипозитивом и чего стоит продвинуть на подиум женщину с обычными пропорциями тела [https://dzen.ru, 18.12.2018].

10. Риэлторша – риэлторка:

*Кстати помоему одна и та же **риэлторша** занимается общагами по Врн куда не позвони, которая не в курсе всех деталей, поэтому она не при делах, просто всей сути может не знать [Россия в 21 веке. Часть 8 (2020-2021)].*

*«**Риелторша**» хотела 80 000 рублей на ровном месте, но мы эти деньги в итоге сэкономили [https://dzen.ru, 31.05.2021].*

***Риелторка** обманула собственника жилья и хотела, чтобы я ей помог: виды обмана риелторов [https://dzen.ru, 10.11.2020].*

*Еще через несколько месяцев аноним сказал, что готов наконец назвать свое имя, — все равно оно вот-вот будет обнародовано в судебных документах: некая **риэлторка** из Чикаго обвинила нашего клада в том, что он якобы взломал ее переписку и использовал ее догадки [https://dzen.ru, 05.04.2021].*

В. Феминитивы, являющиеся гендерно-маркированными вариантами к ранее известным (стандартным) наименованиям по профессии, роду деятельности:

1. Авторка – авторша:

*Одна сотрудница разразилась восторженной цитатой насчет **авторши** «Гарри Поттеров»: — Нет, ну надо быть гениальным человеком, чтобы придумать целый мир со своими законами, персонажами, мифологией [vk (25.08.2012)].*

*Причём **авторша** в розовых очках, похоже сама не понимает в чём участвует или не хочет понимать [livejournal.com (2013)].*

***Авторка** увлекает юмором и хорошо прописанными персонажами:) [telegram Чат для художников (23.09.2021)].*

*Ну и вскукареки **авторки** про то, что Норвегию выкинули из всех рейтингов тоже, прямо скажем, преувеличение [telegram Rozetked Discuss (22.11.2020)].*

2. Адвокатесса:

*А потом он все поймет и влюбится вдруг не на шутку в нашу красавицу-**адвокатессу**, которая работает с нами pro bono, между прочим, то есть денег не берет, мы так все тут с вами работаем — бесплатно [vk (17.12.2015)].*

*у мужа есть знакомая **адвокатесса**, ведущая блог в жж. сегодня прочли у нее вот такой постик, который, как принято тут говорить, сделал нам утро [livejournal.com (17.01.2016)].*

*Заезжала ко мне вчера лучшая **адвокатесса** России - Людмила Айвар, по совместительству руководительница общественного движения «За права женщин» [livejournal.com (25.05.2014)].*

3. Администраторка:

*Одна **администраторка** лаборатории другой в пол голоса с разочарованием сказала, что онлайн-заказ оформляет всего 1% проходящих [livejournal.com (07.06.2023)].*

*Я пошел в МФЦ за формой девять. Натянул, как и полагается, маску и перчатки, захожу, спрашиваю у **администраторки**: - А где здесь получают форму девять? [livejournal.com (20.04.2021)].*

*А вчера в парикмахерской я спросила, работает ли ещё мастер Е., мне сказала красно-белая корова **администраторка**, что нет, не работает, уволилась [livejournal.com (09.10.2021)].*

4. Астрологиня:

*Как говорит моя приятельница **астрологиня**, за декабрь надо по максимуму завершить все ключевые начинания и желательно это сделать до определенного момента [livejournal.com (30.11.2019)].*

*И случилось так, что одна моя знакомая, знатная **астрологиня**, решила сделать мой гороскоп [livejournal.com (23.01.2005)].*

*Знаю я это из первых рук, потому как приятельница моя (я про неё писала) **астрологиня**, вынуждена была прикрыть свою лавочку, и как говорится — уйти в тень [dzen.ru (19.09.2019)].*

5. Врачка – врачиня:

*А с моим анамнезом менять постоянно **врачинь** очень не хочется [vk (26.01.2016)].*

***Врачиня** сразу определила мое состояние как тяжелую депрессию (врач пытался сказать мне, что я в гипомании) и назначила анафранил, сильный антидепрессант [vk (01.09.2022)].*

*Ну и **врачка** прописала Ноофен. Я почитала инструкцию, показания хорошие, начала пить [livejournal.com (23.07.2017)].*

*К сыну **врачка** забежала на 5 минут, выдал эрбидол. Но он же наверное три раза, если не 4, цеплял подобную заразу и быстро стал здоровым [livejournal.com (3.11.2021)].*

6. Гинекологиня:

*Одна комментаторша предположила, что у этой «**гинекологини**» просто нет постоянных и денежных пациенток, потому что как врач она абсолютно неквалифицирована и не может дать никаких рекомендаций кроме «роди, и всё пройдет», поэтому никто её не советует как специалиста. [dzen.ru (16.09.2021)]*

*Выходит моя **гинекологиня** из операционной и так по-дружески, почти по-матерински: «я уже закончила [https://www.isramedportal.ru].*

*Этот препарат мне прописала **гинекологиня**, когда я пришла к ней с такими жалобами, как... [https://irecommend.ru/, 21.09.2015].*

7. Докторка:

*Совсем недавно я услышала то же самое уже от другой **докторки**, на этот раз лора [vk (25.04.2015)].*

*И вот молодая **докторка** (хирург-стоматолог) бежит из отделения и видит толпу около своей перевязочной (на перевязочной никаких опознавательных знаков нет) [livejournal.com (7.11.2009)].*

*Короче, **докторка** моя сразу посоветовала пить таблетки для стабилизации давления и заодно поинтересовалась, нет ли у меня какого стресса [livejournal.com (12.03.2021)].*

8. Психологиня:

*На этот раз нас ждет беседа с практикующей **психологиней** и просто интересной личностью Еленой Прилуцкой [vk (10.05.2016)].*

*И тут вы видите, что все недовольны Вами, а **психологиня** авторитетно заявляет примерно следующее: — Ну что же Вы сами себе делаете хуже?! [vk (19.04.2016)].*

*Не так давно я была на встрече с **психологиней**, организованной местной администрацией для поддержки молодых матерей [vk (22.01.2016)].*

9. Редакторка:

*едрить кринж от **редакторки** сайтага вычитывать тычки в то, кто и сколько зарабатывает [telegram Rozetked Discuss (07.10.2022)].*

*Парадоксальным образом становится легче: **редакторка** НЭН Катя Статкус поделилась наблюдениями за своим удвоенным родительством [vk (01.08.2022)].*

*Бывшая **редакторка** российской версии Вог 67-летняя Алёна Долецкая рассказала ужасающую историю со счастливым концом [livejournal.com (17.08.2022)].*

10. Режиссерка:

*Пользуясь случаем, сообщаю, что я готова давать интервью разным некоммерческим группам, в том числе очень маленьким, сниматься в фильмах и роликах начинающих **режиссёрок** без имени, финансов и образования [vk (02.06.2016)].*

Вот что говорит операторка и режиссёрка Ольга Мурзак: Мы живем в обществе, где проблемы женщин стараются показать мелкими и незначительными [vk (27.05.2016)].

По всему миру чрезвычайно мало женщин-режиссерок [vk (24.09.2015)].

II. Феминитивы в современных СМИ

А. Феминитивы, являющиеся гендерно-маркированными наименованиями лиц по профессии, роду деятельности в IT-сфере:

1. Айтишница:

«Гречка стоит космических денег»: айтишница из России рассказала о плюсах и минусах зимовки в Таиланде [https://ngs.ru/, 19.01.2023].

На Филиппинах пропала россиянка-айтишница [https://sevastopol.su/, 11.05.2023].

Айтишница из Челябинска получила награду в конкурсе «Женщина года» от журнала Glamour [https://hornews.com/, 24.11.2021].

2. Блогерка – блогерша:

Бьюти-блогерки принялись приклеивать суперклеем верхнюю губу к подносковому желобку, чтобы она казалась объемнее [lenta.ru, 12.09.2019].

Модная блогерка обвинила британский онлайн-ритейлер Asos в глумлении над полными девушками из-за «костюма толстой балерины», который увидела на сайте [lenta.ru, 10.12.2019].

Немецкая блогерша Йоси Мария умерла от анорексии во время отпуска на Канарских островах [Известия, 19.12.2020].

Блогершу нашли мертвой и обнаженной на обочине дороги [Vesti.ru, 02.12.2020].

3. Геймерша:

«Вместо таблеток принимаю КС-чку»: как живёт известная на всю страну геймерша баба Аня из Искитима [https://ngs.ru/, 03.12.2019].

21-летняя **геймерша** в *Valorant* зарезала младшую сестру за то, что та флиртовала с ее парнем во внутриигровом чате [<https://cyber.sports.ru/>, 07.10.2022].

В Иванове доверчивая **геймерша** стала жертвой мошенника [<https://www.ivanovonews.ru/>, 05.11.2019].

4. Контент-мейкерша:

В ролике **контент-мейкерша** снялась без маски, которая долгое время была неотъемлемой частью ее образа [<https://www.cybersport.ru/>, 31.01.2023].

Популярная **стримерша** Кейтлин Atouranth Сирагуса нашла для себя новое занятие. **Контент-мейкерша** поучаствует в настоящем боксерском поединке [<https://cq.ru/>, 28.02.2023].

В основном **контент-мейкерша** проводит прямые трансляции в категории *CS:GO*. У канала пенсионерки более 74 тыс. фолловеров, в среднем ее эфиры смотрят по 315 пользователей [<https://www.cybersport.ru/>, 05.01.2023].

5. Программистка:

Мне хватило опыта руководства группой из пяти **программисток**, чтобы понять: не годен я в руководители [Комсомольская правда, 06.12.2012].

Кто такая Самайра Мехта — 11-летняя **программистка**, за которой охотится Google [<https://style.rbc.ru/>, 31.01.2020].

«Мама считала, что профессия слишком «мужская»: **программистка** о стереотипах в IT-сфере [<https://riamo.ru/>, 26.08.2021].

6. Стримерша:

Девушка заявила, что один из подписчиков, скорее всего, узнал домашний адрес **стримерши** и затерроризировал ее [Lenta.ru, 24.11.2020].

Бразильскую **стримершу** и бывшую киберспортсменку Шайен Викторио (*Shayene Victorio*), известную под ником *shAy*, приговорили к 116 годам тюрьмы за мошенничество с онлайн-магазином [Lenta.ru, 05.03.2020].

Тюменскую **стримершу** арестовали по обвинению об истязании ребенка [<https://ria.ru/>, 13.07.2023].

7. Хакерша:

Русская **хакерша** взломала игру *Hogwarts Legacy* [<https://sportkp.ru/>, 22.02.2023].

Хакерша украла у Пэрис Хилтон «голые» фото и \$130 тысяч [<https://www.mk.ru/>, 05.05.2018].

Хакерша объяснила свои действия стремлением развлечься («в основном — «смеха ради»), а также продемонстрировать публике свои возможности [<https://www.vesti.ru/>, 22.06.2012].

8. Хейтерша:

Терпение Ксении Бородиной кончилось, когда **хейтерша** затронула ее родительницу [<https://www.thevoicemag.ru/>, 18.01.2023].

Скандал с разоблачением по поводу отдыха балерины Анастасии Волочковой в Турции устроила ее давняя «**хейтерша**»: телеведущая Дана Борисова в эфире программы «Ты не поверишь!» на канале НТВ выступила, якобы раскрывая тайны, как балерина попала в Турцию [<https://www.tourprom.ru/>, 21.09.2020].

По словам блогера, «сетевая **хейтерша**-обывательница не может простить три вещи: ум, красоту, молодость», а «если у человека есть талант, то салатница готова сожрать его живьем» [<https://vz.ru/>, 19.04.2021].

9. Ютуберша:

Девушка рассказала, как работала админом в пабликах Ксюши Хоффман. **Ютуберша** якобы оскорбляла сотрудников [<https://forpost-sevastopol.ru/>, 25.07.2023].

Ютуберша утверждает, что Самойлова создала плохо проработанный и бесполезный для людей продукт [<https://lenta.ru/>, 13.02.2023].

Диана комментировала прохождения в своей неповторимой живой манере, и, в отличие от многих других стримеров, ютуберша не использовала нецензурную лексику в своих летсплеях [https://medialeaks.ru/, 17.01.2022].

10. Тиктокерша:

Тиктокерша объяснила как носить серьги-звездочки [https://novostiv1.ru/, 19.02.2023].

30-летняя тиктокерша Дзехан Томас внезапно скончалась после головной боли [https://www.gazeta.ru/, 23.03.2023].

Тиктокерша из Сочи подверглась травле из-за видео на фоне больной бабушки [Городской портал Сочи | Sochi24.tv, 14.07.2021].

Б. Феминитивы, являющиеся гендерно-маркированными наименованиями лиц в других относительно новых сферах деятельности:

1. Арт-дилерша:

На его деньги супруга-арт-дилерша создала Сибирский центр современного искусства. И вот тут она уже в прямом смысле прославилась [https://lgz.ru/, 18.09.2019].

Арт-дилерша, продавшая подделок на 80 миллионов долларов, избежала тюрьмы [https://artinvestment.ru/, 09.02.2017].

Робкого сына миллионера жизнь сталкивает с высококлассной проституткой, его зажатую жену – с напористой лысеющей кинозвездой, американский студент-дизайнер разом знакомится со своим архитектурным гуру и уставшей от собственного беспутства голливудской старлеткой, белобрысая нью-йоркская арт-дилерша цепляет местного жениха и немедля вызывает в Рим родителей – ну а кем может быть папа, как не человеком с внешностью и повадками самого Вуди Аллена? [Ведомости, 06.07.2012].

2. Дизайнерка – дизайнерша:

Уоллис носила браслеты из халцедона от опередившей свое время ювелирной **дизайнерки** Сюзанн Бельперрон [lenta.ru, 04.12.2019].

Дизайнерку бикини и основательницу бодипозитивного бренда пляжной одежды Моана Вікіні Карину Ирби раскритиковали за увеличение ягодicy с помощью фотошопа [lenta.ru, 16.07.2019].

Дизайнерши из Индонезии Анниса Хасибуан и Ханни Хананто показывали свои коллекции на Неделе моды в Нью-Йорке [lenta.ru, 10.09.2019].

Однажды в начале 1990-х у него попросили в долг две малознакомые **дизайнерши**, оформлявшие его квартиру, Переверзин одолжил им \$500 и забыл об этом [Ведомости, 25.10.2013].

3. Инвесторша:

По совету незнакомца **инвесторша** оформила кредиты в различных банках и все деньги – около 700 тысяч рублей – перевела на указанные им счета [https://www.vzsar.ru/, 17.06.2023].

В итоге пенсионерка перевела мошенникам около четверти миллиона. Обманутая **«инвесторша»** обратилась в полицию [https://www.oka.fm, 27.06.2023].

Опытная 85-летняя **инвесторша** осталась без 1 млн рублей из-за хитрых аферистов [https://moe-lipetsk.ru/, 30.03.2023].

4. Интервьюерка – интервьюерша:

Известная **интервьюерка** и редакторка Ксения Собчак присоединилась к ярославскому городскому спору о безвкуском украшении фасада «Дома причта Власьевской церкви» [https://yar.mk.ru/, 31.05.2022].

Некоторые комментаторы заподозрили **интервьюерку** в личной неприязни к артистке, тем самым объяснив провокационное поведение последней [https://medialeaks.ru/, 20.12.2021].

Далее она перешла на личное: «Когда-то именно **интервьюерша** этой записи вбила последний, инкрустированный стразами гламурных нулевых

звоздь в крышку гроба моего подыхающего брака» [<https://www.mk.ru/>, 8.10.2020].

Та же **интервьюерша** вдруг извергает еще такой вопросец: «Критики иногда именуют вас наследником Льва Толстого. А он ведь оперу не любил, оставив совершенно уничтожающее ее описание. В вас как это уживается?» [Гудок, 29.03.2005].

5. Маркетологиня:

Красивая и богатая **маркетологиня** (Любовь Аксенова) долго приходила в себя после трагической гибели мужа. Наконец оклемалась, полюбила мужчину (Роман Васильев) [<https://www.kp.ru/>, 26.04.2023].

Гардероб **маркетологини**: «Из-за моего внешнего вида пришлось сменить три школы» [<https://citydog.io/>, 06.07.2021].

У меня два высших образования. По первому я **маркетологиня**, а по второму – **филологиня**. [<https://graziamagazine.ru/>, 04.07.2019].

6. Менеджерка – менеджерица:

Косметичка: **бренд-менеджерка** рассказывает о любимых ароматах и советует приложение для йоги [<https://citydog.io/>, 02.06.2021].

Бывшая **топ-менеджерка PayPal** теперь работает с *Binance.US* [<https://vsyapravda.net/>, 08.07.2022].

Ясности не добавляет ни саркастичная **офис-менеджерица** с болезненным пристрастием к канцелярским принадлежностям, ни надменная напарница, ненавидящая кофе и лакрицу, ни местный управляющий (Сэм Нил), с ходу заявляющий стажеру, что даже клеици в коврах на полах корпорации полезнее для бизнеса компании, чем Пол Карпенгер [<https://66.ru/>, 10.04.2022].

7. Продюсерша – продюсерка:

Ведь всего надо было бессмысленный штампик поставить на один день — до купленного глуповатой **продюсершей** билета [Известия, 03.02.2014].

*А сейчас усилиями нашей мужественной **продюсерши** Любы Калининской это все было реализовано [Комсомольская правда, 15.11.2012].*

*Так, еще в 2015 году на Каннском кинофестивале произошел резонансный инцидент: **продюсерку** Валерию Рихтер не допустили на показ на основании того, что на ней были туфли на плоской подошве [lenta.ru, 07.06.2019].*

8. Риэлторша:

*Одной из главных подозреваемых по этому уголовному делу проходила известная в области черная **риэлторша** Татьяна Монахова [Комсомольская правда, 15.10.2010].*

*Оставила на сайте по недвижимости заявку, и буквально за несколько часов проворная **риэлторша** подобрала подходящий вариант [Труд-7, 27.10.2006].*

*Томская **экс-риэлторша** обманула потенциальных покупателей на 3 млн рублей [<https://tomsk.mk.ru/>, 18.07.2023].*

9. Стилистка:

***Стилистка** показала эффект средства для волос на хлебе и удивила зрителей [Lenta.ru, 12.11.2020].*

*Она созвонилась со своей личной **стилисткой** по видеосвязи, а затем под ее руководством самостоятельно подстригла и покрасила волосы [Lenta.ru, 20.05.2020].*

*И все эти рекомендации, заметьте, касаются вовсе не юных **стилисток** из глянца, а как раз совершенно обычных женщин, которых никто никогда не зазывает в первые ряды на неделях моды [Ведомости, 02.08.2013].*

10. Турагентша – турагентесса:

*Лесновская **«турагентесса»** судится с клиентами [<https://openlesnoy.ru/>, 29.07.2023].*

*Однако, начиная с августа 2019 года, в полицию стали поступать сообщения о том, что **турагентша** после получения предоплаты стала*

затягивать предоставление услуги, отказывалась возмещать расходы за пропавшие путёвки, а потом и вовсе закрыла свой офис и перестала выходить на связь [https://openlesnoy.ru/, 29.07.2023].

***Турагентша** нагрела руки на жарких странах [https://irkutsk.bezformata.com/, 11.01.2019].*

В. Феминитивы, являющиеся гендерно-маркированными вариантами к ранее известным (стандартным) наименованиям лиц по профессии, роду деятельности:

1. Авторка – авторша:

***Авторка** *Us*, лучшего альбома нулевых, Джоанна Ньюсом в уходящем десятилетии отметилась всего двумя пластинками, максимально непохожими друг на друга [lenta.ru, 28.12.2019].*

*Альбом уже собрал массу восторгов и кучу положительных рецензий — и есть ощущение, что о его **авторке** слышать некоторое время придется всем [lenta.ru, 20.11.2019].*

*Сама **авторша** уточнила, что отправилась на пляж не для того, чтобы «глазеть на голых людей», а потому что в таких местах особенно красивая природа [Lenta.ru, 28.10.2020].*

*Пересказывать фабулу не имеет смысла – она тонет в обильных и влажных фантазиях **авторши**, которая, кстати, долго работала на телевидении, поэтому подкована в вопросах людских предпочтений и знает, как хорошо продается секс [Комсомольская правда, 25.12.2012].*

2. Адвокатесса:

*Согласно одной из них, его учредили американские **блондинки-адвокатессы**, которые устали от того, что коллеги-мужчины не воспринимают их как равных, намекая на низкий уровень интеллекта у блондинок [Парламентская газета, 31.05.2021].*

*Главная подозреваемая — 19-летняя Стелла, единственная дочь пастора и **адвокатессы** [lenta.ru, 26.07.2019].*

Начальники полиции, судя по переписке, охотно помогают адвокатессе и ее российскому клиенту упечь неудобного арт-дилера за решетку [NEWSru.com, 06.11.2018].

3. Депутатка - депутатша:

*Ибаррури снова получила испанское гражданство после смерти Франко, в 1975 году, и в 1977-м снова стала **депутаткой** Кортесов [lenta.ru, 16.05.2019].*

*Инициативу **депутаток** во Франции сначала приняли за первоапрельскую шутку, но женщины оказались более чем серьезны и добились рассмотрения своей просьбы на высшем уровне [Коммерсант, 20.09.2012].*

*Есть две красавицы близняшки, дочери **депутатши-горгоны**: одна – тихоня и скромница, другая – дерзкая и резкая, бунтующая против мамашки (в обеих ролях очень разная Паулина Андреева) [Ведомости, 14.11.2017].*

*За столом три дамы: **справедливоросска**, **коммунистка** и даже **депутатша** районной думы от «Единой России» [Комсомольская правда, 24.07.2012].*

4. Лингвистка:

Четвертый выпуск посвящен Надежде Мандельштам, писательнице, мемуаристке, лингвистке, преподавательнице, жена поэта Осипа Мандельштама [<https://www.yuga.ru/>, 20.06.2023].

*Английский во сне или китайский в Китае. Алтайская **лингвистка** рассказала, как не надо учить иностранный язык [<https://tolknews.ru/>, 05.10.2021].*

*Первый подкаст посвятили культуре речи. Гость выпуска — **лингвистка** Алевтина Сперанская [<https://trk7.ru>, 17.06.2021].*

5. Психологиня:

*Лысая правда об эпатажной **психологине** с доходом в 2 миллиона в месяц — какой была Лина Дианова до популярности [<https://ngs.ru/>, 29.01.2023].*

«Страшные новости могут вас травмировать». Психологиня объясняет, как справиться с тревогой и помочь себе успокоиться [https://citydog.io/, 13.09.2022].

Ну, мужика из-за двух дохлых сперматозоидов и подлой психологини сначала упекли на тринадцать лет, а потом скостили до пяти [Комсомольская правда, 28.07.2013].

6. Редакторка – редакторша:

*Бывшая редакторка Т*Т.В* запускает новое СМИ [https://citydog.io, 15.06.2023].*

При этом ее выражения, которые в русском используют, чтобы выразить свои эмоции, на английском указаны как угрозы и оскорбления редакторки. [lenta.ru, 21.06.2019].

Великое время, когда разрушалось старое советское телевидение — с дамами-редакторшами в яшимовых серьгах и с серебряными кольцами на всех возможных пальцах — и еще толком не создано новое. [lenta.ru, 19.09.2016].

Через 25 лет после того, как чеховская "невеста" покинула жениха и материнский дом, героиня "Манхэттена" Джона Дос Пассоса занималась карьерой больше, чем любовью, и в конце повествования оказывалась главной редакторшей умного женского журнала [Коммерсант, 07.03.2008].

7. Режиссерка:

Но молниеносного успеха не случилось, пока Роберт не прошел пробы на роль в фильме как раз независимой режиссерки Кэтрин Хардвик [Коммерсант, 03.09.2020].

«Строптивая» итальянско-петербургского режиссера (или все-таки режиссерки)? [lenta.ru, 18.03.2017].

«НИ ОДНА РЕЖИССЕРКА НЕ ПОЛУЧИЛА БЮДЖЕТ НА БЛОКБАСТЕР»: ЕСТЬ ЛИ ЖЕНСКОЕ КИНО В РОССИИ? [Кино-Театр.РУ, 02.03.2020].

8. Филологиня:

*В нем в свое время тоже московский чиновник-циник отправлялся в ненавистную командировку — и тоже подпадал под скромное обаяние провинциальной **филологини-идеалистки** [lenta.ru, 04.02.2019].*

*Девочки — что артистки, что **филологини** — все работают, если работают, менеджерами [Известия, 23.05.2012].*

*Тем более, что у нас запрещают книги, основываясь на решении провинциальных судов, которые в свою очередь основываются на психолингвистическом анализе, проведенными какими-нибудь **филологинями** из никому не известных учебных заведений [Коммерсант, 25.05.2010].*

9. Фотографка – фотографиня – фотографесса:

*«Позволено стареть»: **фотографка** создала эмоциональный проект, пытаясь побороть страх старости [https://daily.afisha.ru/, 19.04.2023].*

*Косметичка: **фотографка** рассказывает о микротоках, о правильном увлажнении и об аромате музыкального класса [https://citydog.io/, 15.12.2022].*

***Фотографине** принадлежит одно из немногих в фильме воспоминаний о Цое, однажды придумавшем совет: «Когда ешь мороженое, нужно смотреть сквозь веки на солнце» [Ведомости, 19.11.2020].*

*В ритуальных играх африканцев, запечатленных элегантной **фотографиней**, снова усмотрели проявление тоталитарной эстетики, расизм и пародию на "бремя белого человека" [Коммерсант, 23.04.2004].*

*Автор – едва ли не самая модная нынче **фотографесса** или даже **фотографиня** столицы [Комсомольская правда, 07.10.2002].*

***Фотографесса** Коринна Керн не побоялась заглянуть в самые странные уголки громадной автостанции и познакомиться с ее постоянными обитателями [lenta.ru, 22.07.2019].*

10. Экспертка:

***Экспертка** по отношениям объяснила, почему у Барби и Кена на самом деле гармоничный союз [https://burninghut.ru/, 13.07.2023].*

Экспертка рассказала, каким образом соцсети могут положительно влиять на женщин с ментальными расстройствами [<https://burninghut.ru/>, 15.02.2023].

Стоит ли сейчас продавать или покупать квартиру? Объясняет экспертка [<https://daily.afisha.ru/>, 15.07.2022].

11. Юристка:

Юристка заявила, что ее клиент нуждается в помощи и знает об этом [Lenta.ru, 25.12.2020].

На пятом месте — торжество актера Джорджа Клуни и *юристки* Амаль Аламуддин [lenta.ru, 31.12.2019].

В частности, *юристка* по вопросам обращения с домашними животными и зоозащитница Анна Разинова написала на ветеринара заявление в прокуратуру [lenta.ru, 22.10.2019].