

Куликова Валентина Александровна

Национальный исследовательский университет «Высшая школа экономики»,
Россия, 603155, Нижний Новгород, ул. Большая Печерская, 25
vkulikova@hse.ru

Неузуальные феминитивы в медийном дискурсе: активный процесс

Для цитирования: Куликова В. А. Неузуальные феминитивы в медийном дискурсе: активный процесс. *Вестник Санкт-Петербургского университета. Язык и литература*. 2023, 20 (4): 838–857. <https://doi.org/10.21638/spbu09.2023.410>

Статья посвящена изучению активных процессов создания неузуальных феминитивов и их распространения в дискурсе современных медиа. Объектом изучения выступают новые феминитивы с суффиксом *-к-* (*авторка, блогерка, редакторка, режиссерка* и др.), не имеющие лексикографической фиксации и функционирующие в медиатекстах. Исследование проводится на материале самостоятельно собранного корпуса контекстов употребления неузуальных феминитивов в СМИ. Корпус собран с применением методики поиска по ключевым словам, общий объем — 699 контекстов. Источником материала являются электронные СМИ различной идейно-тематической направленности, ориентированные на широкую аудиторию и занимающие важное место в современном медиaprостранстве. Собранный корпус был вручную размечен, выявленные феминитивы проанализированы методом структурно-семантического и словообразовательного анализа, контексты их употребления изучены с помощью дискурсивного, прагматического и метапрагматического анализа. Таким образом, активный словообразовательный процесс исследуется комплексно со структурной, семантической, прагматической и социолингвистической точек зрения, что обуславливает новизну исследования. Выявленные контексты функционирования неузуальных феминитивов в текстах СМИ (как в авторской речи, так и в цитатах из прямой речи интервьюируемых) свидетельствуют о наличии активного процесса распространения в медиадискурсе единиц, ранее фиксируемых преимущественно в неофициальной интернет-коммуникации. В результате анализа охарактеризованы семантические особенности производящих основ частотных неузуальных феминитивов, специфика функционирования феминитивов в различных СМИ в корреляции с их идейно-тематической направленностью и особенностями целевой аудитории. В прагматическом аспекте проанализированы основные функции неузуальных феминитивов в текстах СМИ: номинативная, стилистическая функции, функции идентификации и самоидентификации лица, функция объекта метаязыковой рефлексии.

Ключевые слова: феминитив, словообразование, современный русский язык, активные процессы, медиадискурс.

Введение

Динамичность развития речи, в особенности в современном медийном и интернет-дискурсе, обуславливает актуальность изучения активных процессов различных уровней языка [Радби́ль, Рацибу́рская и др. 2021]. Среди активных процес-

сов в словообразовании современного русского языка ученые в том числе отмечают появление новых феминитивов (прежде всего в интернет-дискурсе) [Иванова, Клушина 2021].

Цель исследования заключается в изучении активного процесса распространения незуальных феминитивов в медиадискурсе.

Объектом исследования являются незуальные феминитивы с суффиксом *-к-*, называющие лиц женского пола по профессии или роду занятий, не имеющие лексикографической фиксации. Предметом исследования выступают особенности функционирования данных феминитивов в текстах современных электронных СМИ.

Источником материала послужили электронные версии всероссийских СМИ, имеющих широкий охват аудитории и принимающих активное участие в социальной полемике (входят в рейтинги цитируемых СМИ по данным исследовательского центра «Медиалогия» [Медиалогия] и информационно-аналитической системы «Интегрум» [Интегрум]): «Взгляд.ру», «Газета.ру», «Коммерсантъ», «Лента.ру», «Московский комсомолец», «Сноб», *Cosmopolitan*, *Esquire*. Издания имеют официальную регистрацию средства массовой информации, что предполагает нормированность речи. Отобраны издания, имеющие различную целевую аудиторию и идейно-тематическую направленность.

Для сбора материала электронные версии изданий были исследованы методом контент-анализа с применением инструментов автоматического поиска по ключевым словам (в качестве которых выступили незуальные феминитивы). В исследуемый материал были включены все контексты использования незуальных феминитивов *блогерка, авторка, менеджерка, режиссерка, директорка, редакторка, профессорка, лекторка, архитекторка, дизайнерка, докторка, операторка, организаторка*. Для поиска отобранные феминитивы, активно употребляемые в неформальной интернет-коммуникации [Куликова 2021]. Поиск контекстов проведен без ограничения по времени публикации во всех текстах исследуемых СМИ. Таким образом было выявлено, что наиболее ранние контексты употребления данных незуальных феминитивов в СМИ относятся к 2012 году.

Общий объем собранного корпуса контекстов использования незуальных феминитивов составил 22 418 слов (699 контекстов за 2012–2021 гг.). Собранный корпус был размечен вручную по следующим категориям разметки: издание, функция феминитива в тексте, оценочность контекста.

Создание и распространение незуальных феминитивов осмысливается с помощью методологии анализа активных процессов в современном русском языке, в частности в словообразовании [Радбиль, Рацибурская и др. 2021]. Изучение активных процессов предполагает комплексный анализ в структурном, семантическом, прагматическом, социолингвистическом аспектах. Так, методологическую основу исследования составляют традиционный структурно-семантический анализ, словообразовательный анализ при изучении словообразовательной структуры феминитивов, а также методики изучения функционирования единицы в дискурсе. В частности, для определения функции феминитива в медийном дискурсе применяется методика прагматического и дискурсивного анализа [Куссе, Чернявская 2019], а также метапрагматического анализа с учетом широкого социального контекста [Чернявская 2020; Verschueren 2000; Молодыхенко 2021]. Создание но-

вых феминитивов в XXI веке связано с влиянием идеологии феминизма, их употребление является проявлением социально обусловленной языковой вариативности, поэтому исследование феминитивов осуществляется с применением методологии анализа социального значения, определяемого как «коммуникативные приращения в значении, которые отражают общественную идеологию» [Чернявская 2021: 386].

Качественные методы анализа комбинируются с количественными методами корпусной лингвистики для выявления частотности употребления единиц, статистических закономерностей их функционирования в различных СМИ.

Изучение феминитивов в современной лингвистике

В современных лингвистических исследованиях встречается широкое и узкое понимание термина *феминитив* (*феминатив*). Узкое понимание предполагает, что феминитив является производным словом от соответствующего существительного, называющего лицо мужского пола: «наименования лиц женского пола, альтернативные номинациям мужского пола» [Зауэр 2020]. Более широко феминитивы определяются как «слова, относящиеся к словообразовательной категории *nomina feminina*, — наименования лиц женского пола, как образованные от слов мужского рода, так и имеющие самостоятельное происхождение» [Беркутова 2018: 7].

Продуктивным способом создания феминитивов в русском языке является суффиксация. Для создания феминитивов используются исконные и заимствованные суффиксы с различной стилистической окраской: *-к-*, *-иц-/-ниц-/-чиц-/-щиц-*, *-ин-*, *-ш-*, *-ис-*, *-есс-*, *-их-*, *-e[j(a)]* и др. [Лопатин, Улуханов 2016]. Ученые по-разному характеризуют степень их продуктивности: например, суффиксы *-ш-*, *-есс-* В. А. Первак характеризует как продуктивные [Первак 2020: 539], в то время как А. С. Диденко и В. Т. Садченко относят их к разряду непродуктивных [Диденко, Садченко 2018]. Вероятно, расхождения в характеристиках обусловлены стилистической окраской данных суффиксов, разной степенью продуктивности в зависимости от исследуемого дискурса. При этом суффикс *-к-*, как правило, отмечается как один из наиболее продуктивных [Гузаерова 2019; Диденко, Садченко 2018; Кобяков 2020; Стрельникова 2019]. Широкое понимание феминитива также учитывает и иные грамматические способы выражения феминности: добавление компонентов *-женщина*, *-девушка*, *-леди*, *-вумен*, *-гёрл* в сложных существительных, образование субстантивов женского рода (*телеведущая* и т. п.) [Кобяков 2020].

Поскольку состав феминитивов в языке динамичен и активно пополняется [Жорж 2018], в зависимости от степени закреплённости в языке выделяются узуальные (традиционные) и неuzuальные феминитивы [Лаппо, Малиновская 2020]. Для разграничения узуальных и неuzuальных единиц могут использоваться традиционные лексикографический и хронологический критерии [Жданова 2012; Котелова 1978], используемые для дефиниции различных типов новых слов. Таким образом, под узуальными феминитивами в данном исследовании понимаются наименования лиц женского пола по профессиональной, социальной и иной принадлежности, зафиксированные в словарях (*учительница*, *студентка*, *секретарша*, *княгиня* и т. п.). Неuzuальные феминитивы определяются как новые наименования лиц женского пола по профессиональной, социальной и иной принадлежности, не

зафиксированные в лексикографических источниках (в науке также употребляются термины «неологизмы-феминитивы» [Солтыс 2020], «феминитивы-инновации» [Пугачева 2020]). Неузальные феминитивы активно изучаются в лингвистических исследованиях последних лет.

Изучение неузальных феминитивов в современной лингвистике

Особый интерес исследователей вызывают прагматические аспекты языковых процессов, наблюдается «отчетливый прагматический поворот в науке о языке с конца 1970-х гг.» [Куссе, Чернявская 2019: 455]. Прагматизация лингвистических исследований в том числе проявляется в расширении «объема и количества экстралингвистических параметров, принимаемых во внимание при интерпретации языковых явлений» [Куссе, Чернявская 2019: 457]. Подобный аспект исследования востребован и при изучении влияния социальных процессов на языковые. Одним из таких процессов является образование и функционирование феминитивов в русском языке: «ни одна СК (словообразовательная категория. — В. К.) не подвержена влиянию социальных факторов в такой степени, как категория личных существительных женского рода в их отношении к полу лица» [Янко-Триницкая 1966: 187]. Пополнение состава феминитивов в русском языке XXI века обусловлено общественными изменениями: «Новые феминитивы в профессиональной сфере появляются в случае, когда ограничения экстралингвистического характера под влиянием определенных причин перестают действовать, то есть создаются условия для реализации возможностей деривационной системы» [Минеева 2020: 152]. Таким образом, актуальность исследования феминитивов обусловлена современными социальными процессами [Gritsenko, Laletina 2023]: трансформацией традиционной системы ценностей, изменением роли женщины в обществе и профессиональной среде, активизацией общественной деятельности феминистского сообщества и обострением борьбы за права женщин в России и мире.

Данные общественные процессы, в частности проблемы гендерного неравенства и феминистского активизма, широко обсуждаются в СМИ, а результаты этих процессов отражаются в языке медиа, остро реагирующем на любые социальные изменения и динамично подстраивающемся под запросы аудитории.

Как отмечают исследователи, образование новых феминитивов в современном русском языке связано с деятельностью социальных активистов феминистского сообщества: «Эта деятельность направлена на борьбу с лингвистической дискриминацией, которая, по мнению активистов, имеет место в русскоязычных коммуникативных практиках и проявляется в языковом андроцентризме, способствующем тому, что женщины и их вклад в социальное развитие якобы являются дискурсивно “невидимыми”» [Пугачева 2020: 97]. Таким образом, создание новых феминитивов относится к сфере гендерного языкового планирования, языковой политики, субъектом которой является сообщество социальных активистов, поддерживающих течение феминизма.

Примечательно, что вопросы отражения гендерного равенства в языке активно обсуждаются и в зарубежном медиапространстве [Слинина, Нифонтова 2021]. И в целом процесс создания новых феминитивов в русскоязычном дискурсе связан с явлением западной феминистской критики языка, которая ставит своей целью

устранение гендерного неравенства в языке, речевых средств дискриминации роли женщин в обществе, исключение использования «патриархализмов» [Samel 2000: 47–48].

Проблема создания и распространения новых, неузуальных феминитивов в современном русском языке исследуется в последние годы в различных аспектах, при этом, как отмечают ученые, «узус и стилистика феминитивов могут со временем изменяться... а вопросы создания, распространения и рецепции феминитивов недостаточно изучены» [Жорж 2018: 356].

Активно изучается структурно-семантический аспект, включающий в себя анализ продуктивных деривационных моделей создания феминитивов [Диденко, Садченко 2018; Стрельникова 2019], в том числе особенностей конкретных моделей [Гузаерова 2019; Минеева 2020], а также социолингвистический аспект, заключающийся в осмыслении языкового процесса создания феминитивов в корреляции с социальными процессами и идеологией феминизма [Гузаерова, Косова 2017; Зауэр 2020].

Также представлены труды, посвященные исследованию тематических групп неузуальных феминитивов [Челак 2018], изучению метаязыковой рефлексии носителей русского языка о феминитивах [Пугачева 2020].

Феминитивы исследуются в прикладном аспекте для нужд лексикографии [Кобяков 2021], в том числе для создания электронных баз данных неузуальных феминитивов [Лаппо, Малиновская 2020]. Идеи создания словаря феминитивов подчеркивают востребованность изучения этих языковых единиц и актуальность языкового явления для носителей языка.

В перечисленных исследованиях изучено функционирование неузуальных феминитивов преимущественно в неофициальной интернет-коммуникации (форумы, соцсети, блоги), поскольку местом протекания активного процесса изначально являлся интернет-дискурс. Однако в данный момент отмечается расширение сферы протекания активного процесса: «феминитивы проникают в язык медиа и используются их авторами все активнее» [Кобяков 2021: 90]. Встречаются отдельные исследования, посвященные анализу определенных аспектов употребления феминитивов в СМИ: продуктивных моделей создания неузуальных феминитивов в СМИ [Кобяков 2020], функционирования в заголовках конкретной тематической группы феминитивов — номинаций женщин по роду деятельности, связанной с интернет-технологиями [Замышляева 2021]. Таким образом, новизна исследования определяется комплексным анализом активного процесса проникновения неузуальных феминитивов в тексты СМИ, ориентированные на широкую аудиторию. Проникновение в СМИ значимо для осмысления активного процесса, поскольку это кодифицированная сфера коммуникации с меньшей степенью вербальной свободы, чем в неофициальной интернет-коммуникации. Кроме того, современные СМИ оказывают существенное влияние на речевую культуру носителей языка, поэтому употребление неузуальных феминитивов в медиатекстах может способствовать их дальнейшему распространению в разговорной речи.

Анализ функционирования неузואльных феминитивов в медийном дискурсе

Для исследования отобраны неузואльные феминитивы с суффиксом *-к-* со значением женскости, называющие лиц женского пола по профессии или роду занятий: *блогерка, авторка, менеджерка, режиссерка, директорка, редакторка, профессорка, лекторка, архитекторка, дизайнерка, докторка, операторка, организаторка*. Производящими словами для исследуемых единиц выступают парные существительные мужского рода: *автор — авторка, профессор — профессорка* и т. д. Отобранные лексемы зафиксированы в неформальной интернет-коммуникации — они активно используются в блогосфере (в постах и комментариях), в соц-сетях [Куликова 2021]. Однако в неформальной интернет-коммуникации подобные единицы употребляются преимущественно в блогах и сообществах, посвященных проблемам феминизма, в общении людей, поддерживающих идеологию этого движения.

Следует отметить, что в процессе сбора материала были зафиксированы примеры использования и других неузואльных феминитивов в СМИ (*инженерка, терапевтка, губернаторка, каскадерка, тренерка, композиторка, продюсерка, кураторка* и др.), имеющие единичный характер на исследованном материале.

Наиболее ранние зафиксированные единичные контексты употребления неузואльных феминитивов в исследованных СМИ относятся к 2012 году, однако 97 % контекстов относится к периоду 2019–2021 гг. (исследованы материалы, опубликованные до декабря 2021 года). Данный результат подтверждает тот факт, что в неформальной интернет-коммуникации распространение неузואльных феминитивов произошло раньше: ученые фиксируют активное употребление и обсуждение феминитивов в блогах уже с 2014 года [Пугачева 2020]. При этом в неформальной интернет-коммуникации также отмечается значительный рост употребления неузואльных феминитивов с 2019 года [Пугачева 2020].

Собранный корпус употребления неузואльных феминитивов в СМИ был проанализирован статистически, в частности подсчитана частотность употребления исследуемых единиц (рис. 1).

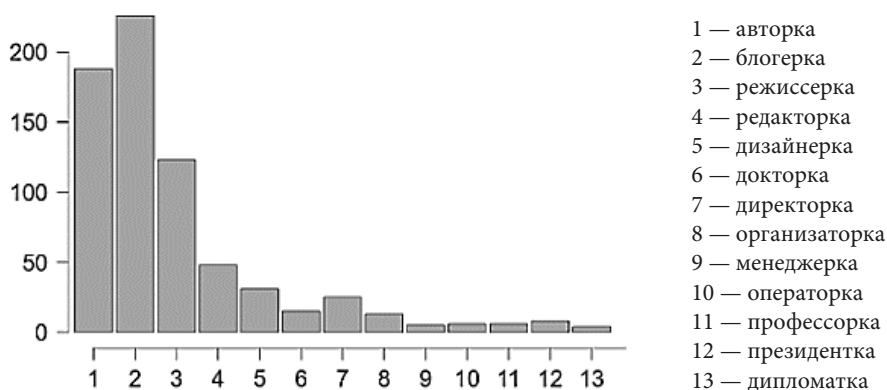


Рис. 1. Частота употребления неузואльных феминитивов в медиадискурсе

Словообразовательный и семантический анализ позволяет обнаружить закономерность: производящими словами для создания наиболее частотных феминитивов выступают существительные, относящиеся к тематической группе номинаций творческих профессий (*автор, блогер, режиссер*). Номинации технических профессий (*инженер*), профессий, связанных с физическим трудом (*тренер, каскадер*), названия высоких административных должностей (*министр, депутат*) редко выступают в качестве производящих слов для создания новых феминитивов, такие примеры имеют единичный характер в исследованном материале. Это объясняется, вероятно, экстралингвистическими причинами: в первую очередь объективным соотношением мужчин и женщин среди представителей разных профессий. Однако влияние могут оказывать и гендерные стереотипы относительно роли женщин в определенных профессиях [Балакина, Товкес 2019].

В результате прагматического и дискурсивного анализа были выявлены следующие функции феминитивов в текстах СМИ: номинативная, стилистическая, функции идентификации и самоидентификации, функция объекта метаязыковой рефлексии (рис. 2 отражает количество контекстов, реализующих соответствующую функцию в исследованных медиатекстах).

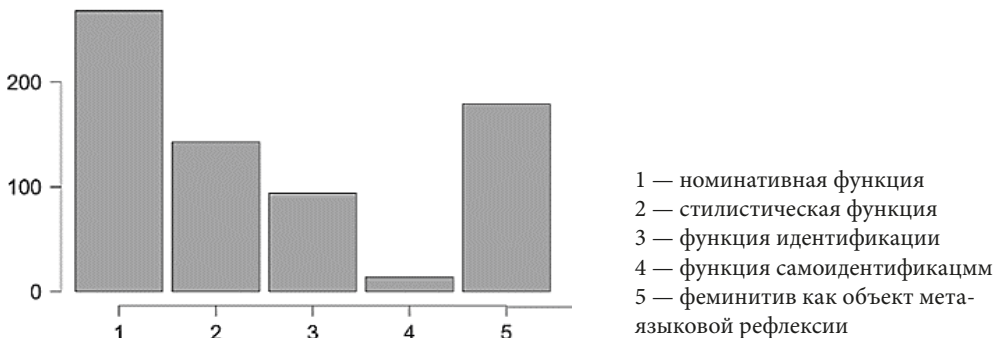


Рис. 2. Функции невуальных феминитивов в медиадискурсе

Наиболее частотной (269 контекстов, 38,5 % общей выборки) является номинативная функция, реализующаяся в оценочно-нейтральных контекстах, где невуальный феминитив используется для номинации женщин той или иной профессии. На втором месте по частотности находятся контексты, в которых невуальный феминитив не номинирует лицо женского пола, а является объектом метаязыковой рефлексии (179 контекстов, 25,5 % общей выборки). Номинативная функция нередко совмещается со стилистической (143 контекста, 20,5 % общей выборки), когда помимо номинации лица женского пола использование феминитива позволяет достичь определенного стилистического эффекта. Функции идентификации (94 контекста, 13,5 % общей выборки) и самоидентификации (14 контекстов, 2 % общей выборки) реализуются за счет формирования у невуальных феминитивов социально обусловленных приращений смысла, в результате чего использование феминитива может маркировать приверженность говорящего или иного лица идеологии феминизма.

Также была проанализирована частота употребления исследуемых единиц в различных изданиях (рис. 3).

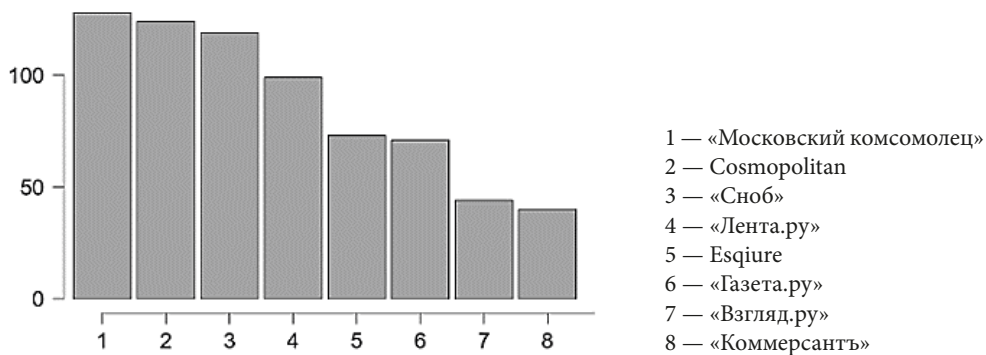


Рис. 3. Частотность использования невуальных феминитивов в исследованных изданиях

Наибольшее количество контекстов употребления невуальных феминитивов (128 контекстов) выявлено в издании «Московский комсомолец», однако 40 % из них представляют собой негативно-оценочную метаязыковую рефлексивную функцию (вторая по частотности функция в этом издании — номинативная, составляет 29,7 %). Кроме того, в данном издании зафиксировано наибольшее количество негативно-оценочных контекстов (45 контекстов, 35,2 % от общего количества контекстов с невуальными феминитивами в «Московском комсомольце»). Также в текстах газеты «Взгляд.ру» доминирует негативная оценочность контекстов с использованием невуальных феминитивов (65 % контекстов в данном издании). В газете «Взгляд.ру» преобладают функции, связанные с выражением отрицательной оценки: феминитивы выступают в основном объектом негативно-оценочной метаязыковой рефлексии (42 % контекстов в данном издании) или средством идентификации в целях негативно-оценочной характеристики референта (40 % контекстов в данном издании). Таким образом, в изданиях «Московский комсомолец» и «Взгляд.ру» отличается частотность употребления невуальных феминитивов, однако схожи особенности их функционирования в текстах: феминитивы используются преимущественно как средство выражения негативной оценки определенных лиц или социальных групп либо для реализации стратегий привлечения внимания в контекстах с экспрессивной негативной метаязыковой рефлексией. В остальных изданиях доминирует нейтральная оценочность контекстов, феминитивы используются преимущественно в номинативной и/или стилистической функции. Частотность употребления феминитивов в журнале Cosmopolitan (124 контекста), вероятно, связана с особенностями целевой аудитории издания, ориентированного на женщин. В газете «Коммерсантъ» употребление феминитивов наименее частотно, что, вероятно, связано с тематической направленностью СМИ, позиционирующего себя как «деловое издание». Таким образом, особенности употребления феминитивов коррелируют с идейно-тематической направленностью издания, обусловлены ориентацией на целевую аудиторию.

Поскольку создание феминитивов относится к активным процессам, в речи существуют их варианты: в медиадискурсе возможно употребление феминитивов с различными суффиксами, в частности помимо суффикса *-к-* продуктивность проявляет суффикс *-ш-*. Функционирование феминитивов с суффиксом *-ш-* (*авторша, блогерша, байкерша, миллиардерша, лекторша* и др.) в медиадискурсе подробно

проанализировано в исследовании Р. Р. Гузаеровой [Гузаерова 2019]. При этом отмечаются «многокомпонентные ряды словообразовательных синонимов *авторша* — *авторка* — *автриса*; *лекторша* — *лекторка* — *лектриса*» [Гузаерова 2019: 110].

В настоящем исследовании также зафиксировано наличие синонимичных пар *авторка* — *авторша*, *блогерка* — *блогерша*, *операторка* — *операторша* и т. д. В исследованном материале феминитивы с суффиксом *-ш-* существенно отличаются по частотности употребления (в период до декабря 2021 года): в исследованных изданиях *блогерша* встречается 3872 раза, *авторша* — 139 раз, *операторша* — 5 раз, остальные феминитивы имеют единичный характер употребления. При этом частотность использования востребованного в медийном дискурсе феминитива *блогерша* существенно различается в зависимости от издания: 2057 контекстов — в издании «Лента.ру», 1004 — Cosmopolitan, 473 — «Московский комсомолец», 169 — «Газета.ру», 108 — «Взгляд.ру», 56 — Esquire, 5 — «Сноб». Таким образом, наблюдается разница в выборе суффикса в зависимости от издания: например, в издании «Сноб» предпочтение отдается неузуальным феминитивам с суффиксом *-к-*, и феминитивы с суффиксом *-ш-* встречаются в крайне немногочисленных контекстах.

Кроме того, феминитивы с суффиксом *-ш-* встречаются в более ранних контекстах — начиная с 2005 года.

Однако следует отметить, что суффиксы *-к-* и *-ш-*, выражающие феминность, отличаются коннотативными оттенками значения: в исследованиях отмечается «стилистическая сниженность суффикса *-ш(а)*, ощущаемая носителями языка» [Гузаерова 2019: 110], а также наличие социального значения у суффикса *-к-*, который «не просто выполняет собственно номинативную функцию, но и является дискурсивным маркером, указывая на принадлежность названного лица к феминистскому движению» [Гузаерова 2019: 110]. Наличие у суффикса *-к-* социального значения обусловило обращение к исследованию неузуальных феминитивов именно с этим суффиксом в настоящей статье. Социальным значением обусловлено использование неузуальных феминитивов с суффиксом *-к-* в функции самоидентификации (как средства маркирования приверженности феминистской идеологии), а также активное участие феминитивов с суффиксом *-к-* в процессах метаязыковой рефлексии. Методом случайной выборки было отобрано 200 контекстов использования наиболее частотных феминитивов *блогерша* и *авторша* в исследуемых изданиях за 2012–2021 гг. — в данных контекстах не было зафиксировано реализации функции самоидентификации, а также случаев употребления в контекстах, связанных с идеологией феминистского движения. Таким образом, феминитивы с суффиксами *-к-* и *-ш-* сосуществуют в медиадискурсе, однако могут быть дифференцированы в аспекте выполняемых функций из-за разницы в коннотативном значении. Подробное изучение характера конкуренции феминитивов с данными суффиксами, а также факторов, обуславливающих выбор суффикса, может стать перспективой исследования.

Номинативная функция

Неузуальные феминитивы используются в номинативной функции для обозначения женщин соответствующей профессии, рода деятельности: *Стилистка и блогерка* Алессандра Амбросио на пляже [Лента.ру: 14.07.2019]; *И хоть от при-*

мера этого кровь стынет в жилах, **режиссерка** Лиза Холоденко смогла подать эту историю максимально, простите за каламбур, холодно, четко, без дополнительно-го морализаторства [Сноб: 03.05.2020]; Онлайн-платформа *Latoda* и культовая обувная марка *Dr. Martens* показали, из чего состоит повседневная жизнь и работа творческих персон — хип-хоп-артистки *Alizade*, фотографа Евгения Шишкина и **авторки** подкастов Кристины Вазовски [Esquire: 24.11.2021].

Такие контексты являются оценочно-нейтральными, а также не связаны с указанием на приверженность идеологии феминизма. Частотность подобных контекстов свидетельствует о том, что неузуальные феминитивы нередко функционируют в медиатекстах как нейтральные единицы с семантикой женскости.

Стилистическая функция

В некоторых контекстах феминитивы в СМИ используются не только для номинации лица женского пола, но и для расстановки смысловых акцентов, с целью обеспечить определенные коммуникативные качества речи — понятность, логичность, краткость. Таким образом номинативная функция совмещается со стилистической. Подобные контексты также являются оценочно-нейтральными, феминитив выступает как нейтральная номинация лица женского пола.

Так, феминитивы используются в текстах СМИ для создания дополнительных смысловых акцентов, когда в публикации важно подчеркнуть пол действующих лиц: *В этом году на «Оскар» номинировано три режиссера и две режиссерки* [Esquire: 06.12.2021]; *В преддверии премьеры «Газета.Ру» поговорила с режиссером шпионского боевика Кейт Шортланд — об отличии съемок артхауса и супергероики, статусе первой соло-режиссерки киновселенной Marvel, а также любимых фильмах студии* [Газета.ру: 08.07.2021] — в первом случае автор использует номинацию мужского рода *режиссер*, во втором — феминитив *режиссерка*, поскольку подчеркивается, что это первый случай, когда именно женщина в одиночку режиссирует фильм *Marvel*. В подобных случаях использование феминитива позволяет выразить смысл более кратко, способствует свойственной для публицистического стиля экономии языковых средств.

Нередко феминитивы употребляются в контекстах, когда иноязычное имя собственное не несет однозначной информации о гендерной принадлежности референта: *Брэдли, молодой афроамериканской режиссерке, удалось практически невозможное* [Лента.ру: 24.04.2021]; *А вот Леони знают все — эта немецкая фэшн-блогерка не пропускает ни одной Недели моды* [Cosmopolitan: 12.06.2020]. В подобных случаях феминитив позволяет обозначить, что референтом является женщина, и устранить потенциальный коммуникативный риск неверного понимания текста.

Феминитивы могут использоваться для увеличения разнообразия лексических средств публицистического стиля, позволяя избежать лексических повторов в контексте: *несогласие с позицией писательницы Джоан Роулинг (авторки серии книг о Гарри Поттере)* [Газета.ру: 07.06.2020] — в первом случае употреблен узуальный феминитив, в скобках в качестве синонимической замены употреблен феминитив неузуальный. В подобных случаях, когда по отношению к героине публикации уже употреблен узуальный феминитив, авторы нередко стремятся и дальше в рамках узкого контекста использовать феминитивы: *Главная героиня реалити-шоу Лина*

Подлужная — финалистка проекта «Голос» и участница шоу «Песни на ТНТ». Певица и **блогерка** не сможет увидеть, как выглядят участники, пока они не покинут шоу [Cosmopolitan: 13.08.2020] — для номинации референта автор употребляет узуальные феминитивы *героиня*, *финалистка*, *певица* и далее использует неузуальный феминитив *блогерка* для обеспечения логичности и понятности. Употребление номинации мужского рода (*певица* и **блогер**) могло бы создать риск неверного понимания, что речь идет о двух субъектах, а не об одном лице женского пола. Стремлением обеспечить такое коммуникативное качество речи, как логичность, вероятно, мотивировано использование неузуальных феминитивов в узком контексте в ряду однородных членов с узуальными феминитивами: *независимая художница*, *театральная режиссерка*, *номинантка* [Esquire: 13.02.2021].

Использование феминитива для сохранения логичности встречается в текстах о женском здоровье, материнстве, роли женщины в семье: *Сейчас женщина беременна седьмым ребенком, и ее интересное положение не дает армии фанатов блогерки покоя* [Cosmopolitan: 30.09.2021]; *Блогерка неоднократно заявляла на мужа в полицию, но никто ей не помог* [Cosmopolitan: 13.05.2021]. Как отмечают исследователи, в подобных контекстах употребление существительного мужского рода может вызывать у носителей языка коммуникативный дискомфорт [Степанов 2020], требуется выражение феминности для соблюдения логичности.

Функция идентификации

Будучи атрибутом феминистского движения, средством борьбы с гендерным неравенством, неузуальные феминитивы могут приобретать социально обусловленные смысловые приращения, выражать социальное значение. В некоторых контекстах эксплицируется сформировавшееся социальное значение неузуальных феминитивов с помощью метапрагматических маркеров [Молодыченко 2021]: **авторки** этого спектакля, *политкорректные люди нового поколения* [Коммерсантъ: 15.05.2021] — метапрагматический маркер *политкорректные люди нового поколения* подчеркивает, что неузуальный феминитив *авторка* ассоциируется с определенной современной идеологической позицией, политкорректностью.

Поскольку сознательное использование феминитивов является частью некоторых феминистских концепций, данные единицы могут выполнять функцию идентификации — маркировать приверженность референта феминистской идеологии. Функция идентификации реализуется в текстах о феминистском активизме, деятельности феминистского сообщества, использование феминитива является проявлением социально обусловленной языковой вариативности: *Фемсообщества даже будут более безопасными пространствами на фоне остальных <...> Не приняты также советы без запроса: если авторка поста попросилась «на ручки», описывая сложную жизненную ситуацию, — пишите, что сочувствуете и поддерживаете* [Cosmopolitan: 03.06.2020]. В подобных контекстах по отношению к референту наряду с феминитивом нередко употребляется номинация *феминистка* (в том числе сложные дериваты *авторка-феминистка*, *организаторка-феминистка* и т. п.): *Более десяти лет спустя выставка в Fondation Louis Vuitton предсказуемо говорит об архитектурной эмансипации женщины: декораторка и дизайнерка представят архитекторкой-феминисткой* [Коммерсантъ: 09.10.2019]; *Американская ре-*

жиссерка и феминистка Барбара Хаммер [Лента.ру: 31.12.2019]; ...мнение в беседе с «Газетой.Ру» высказала *блогерка и феминистка* Залина Маршенкулова [Газета.ру: 21.01.2021].

Подобные контексты могут иметь оценочно-нейтральный (см. примеры, приведенные выше) или положительно-оценочный характер, тем самым может выражаться поддержка идей феминизма: *Блогерки плюс-сайз обожают демонстрировать открытые и облегающие наряды. Делай так же!* [Cosmopolitan: 26.08.2021]. Среди контекстов, где феминитив используется для идентификации референта с определенной социальной группой, доминируют оценочно-нейтральные контексты (56% контекстов с данной функцией). Однако частотны негативно-оценочные контексты (40% контекстов), что может служить маркером наличия в обществе конфронтации социальных групп. Так, социальное значение неuzuальных феминитивов может обыгрываться в ироническом контексте: *Те, кто выступили в защиту рекламы (в первую очередь те же феминистки, но и в их среде она нравится далеко не всем), в основном ссылаются на собственные стереотипы, которые не в состоянии обосновать <...> Так рекламщицы, активистки и прочие **авторки** неожиданно переквалифицировались в знатоков «блатной культуры» и ее влияния на общество* [Взгляд.ру: 08.02.2019] — ирония формируется за счет приема антифразиса при употреблении лексемы *знаток*, в рамках конструкции *рекламщицы, активистки и прочие **авторки*** неuzuальный феминитив в сочетании с лексемой *прочий* приобретает пренебрежительную коннотацию.

В негативно-оценочных контекстах употребление неuzuального феминитива используется для создания образа, включающего в себя стереотипные представления, сложившиеся в обществе о сторонницах феминизма: *Вот, допустим, сегодняшний феминизм победил. И стою я, вся такая красивая, с лохматыми ногами как есть — **авторка** этой колонки, вглядываюсь в даль и в этот момент женщины всего мира... Что? Утвердились в своих правах?* [Газета.ру: 08.03.2021]. Тем самым реализуется манипулятивная тактика «наклеивания ярлыков» [Булгакова 2012: 42], используемая для негативной оценки социальных процессов современности: *Это, конечно, печально (поскольку неизбежно), но когда белокроссовочные **редакторки**, сектанты инклюзивности и прочие борцы за свободу принесут нам эту свободу — нынешнее государственное подавление инакомыслия покажется нам просто детскими шалостями* [Московский комсомолец: 02.03.2021].

Таким образом, в некоторых контекстах за счет актуализации социального значения расширяется семантика феминитива: он обозначает не просто женщину соответствующей профессии, а подчеркивает ее приверженность идеологии феминизма и наличие стереотипных черт образа феминистки. Такие контексты свидетельствуют о том, что некоторой частью общества неuzuальные феминитивы осознаются не как нейтральные речевые единицы, а как часть идеологии феминистского движения.

Функция самоидентификации

Неuzuальные феминитивы могут выступать средством самоидентификации в прямой речи, когда героиня публикации использует феминитив по отношению к себе: *Здравствуйте. Я **блогерка**. Я бы хотела получить какой-нибудь набор и рас-*

сказать о нем в сторис [Взгляд.ру: 21.03.2019]. В том числе использование не-узуального феминитива может быть сознательным средством маркирования собственной приверженности движению феминизма: *Если вернуться к стереотипам о феминистках — я как продюсерша часто работаю с мужскими командами, как режиссерка тоже. И часто, когда люди слышат, что я занимаюсь феминистским проектом, сразу спрашивают: «О боже, ты что, ненавидишь мужчин?»* [Лента.ру: 26.11.2018]. В подобных контекстах может эксплицироваться прагматическая установка на идентификацию себя с идеологией феминизма с помощью использования феминитивов: *Я сама режиссерка, композиторка. Когда кто-то применяет ко мне название моих профессий в мужском роде — например «композитор» — у меня с этим ассоциируется исключительно патриархальная иерархия, которая существует до сих пор, и попытка насильно втолкнуть меня в чужую среду и систему ценностей* [Коммерсантъ: 05.03.2021].

Как отмечают исследователи, имеется тенденция использовать для сознательной языковой саморепрезентации сторонниц феминистского движения именно феминитивы с суффиксом -к- [Гузаерова 2019].

Контексты, где незуальный феминитив реализует функцию самоидентификации, в исследованном материале являются оценочно-нейтральными (57 % контекстов с данной функцией) или положительно-оценочными (43 % контекстов).

Незуальные феминитивы как объект метаязыковой рефлексии

В медиатекстах, посвященных темам феминизма, гендерного неравенства феминитивы нередко выступают как объект метаязыковой рефлексии. Ученые отмечают активную метаязыковую рефлексивность по поводу использования феминитивов в неформальной интернет-коммуникации [Пугачева 2020]. Подобные контексты зафиксированы и в медийном дискурсе. Обсуждение в СМИ говорит об актуальности проблемы употребления незуальных феминитивов не только для отдельных социальных групп, но и для общества в целом.

И. Т. Вепрева в зависимости от коммуникативного модуса говорящего разграничивает безоценочную эпистемичную метаязыковую рефлексивность и оценочные метаязыковые комментарии [Вепрева 2002]. В анализируемом дискурсе преобладают оценочные метаязыковые рефлексивы (61 % оценочных рефлексивов, 39 % безоценочных эпистемичных рефлексивов), причем языковой процесс распространения незуальных феминитивов получает неоднозначную оценку со стороны носителей языка.

Метаязыковая рефлексивность оформляется с помощью перформативных глаголов: оценочно-нейтральных (*высказаться, высказать отношение, заявить, комментировать, обсуждать, отметить, относиться, считать*), негативно-оценочных (*возмутить, осудить*).

Безоценочные эпистемичные метаязыковые комментарии передают информацию о существовании языковых фактов без выражения оценки: *все чаще «уважаемые издания» используют такие слова, как «авторка», «редакторка», «президентка», «докторка», «министерка» и другие* [Лента.ру: 29.03.2019]. Подобные рефлексивы преимущественно содержат информацию о том, что употребление незуальных феминитивов связано с языковой модой, является конвенциональ-

ным для некоторой части современного языкового сообщества. Такие контексты содержат метаязыковые комментарии как *теперь принято говорить / как теперь говорят / говоря современным языком* и т. п.: Автор (**авторка**, как *теперь принято говорить*), об этом перформансе вспомнившая, подвела итог [Газета.ру: 01.12.2018]; За день до финальной церемонии вручили награды во втором по значимости конкурсе «Особый взгляд», жюри которого возглавляла, как *теперь говорят*, британская **режиссерка** Андреа Арнольд [Московский комсомолец: 18.07.2021]; «Куда ты идешь, Аида?» боснийского режиссера, а говоря современным языком, **режиссерки** и обладательницы «Золотого медведя» Берлинале Ясмилы Жбанич отмечена наградами за лучший фильм и за лучшую режиссуру [Московский комсомолец: 12.12.2021]. Подобные контексты имеют метапрагматический характер [Молодыхенко 2021], фиксируют представления носителей языка о цели употребления феминитивов и свидетельствуют о том, что использование неузуальных феминитивов ассоциируется с приверженностью определенной идеологии, распространенной в современном социуме. Такие метапрагматические контексты относятся преимущественно к безоценочным эпистемичным рефлексивам, однако в некоторых случаях реализуют иронические стратегии, выражающие имплицитную негативную оценку как использования феминитивов, так и связанной с ними социальной позиции: *В статье называют Марину Гаврилову капитаном. А ведь так модно нынче использовать новые феминитивы для профессий, вроде: «режиссерка», «авторка», «редакторка», «менеджерка», «тренерка». Как бы сейчас написали про Гаврилову в Facebook*? Капитанка?* [Коммерсантъ: 20.07.2020].

Среди оценочных метаязыковых комментариев преобладают негативно-оценочные (47% от общего числа контекстов с метаязыковой рефлексией). Для аргументации негативной оценки носители языка в некоторых случаях апеллируют к языковым факторам, однако подобные контексты отражают, как правило, непрофессиональное мнение, «наивное» восприятие носителей языка: *Поэтесса или врачаха — это уменьшенный, ослабленный вариант. Кстати — модные ныне поэтка, режиссерка или докторка тоже кажутся уменьшительными, или — что отдельная тема — кальками с других славянских (а значит — меньших братьев) языков* [Газета.ру: 20.05.2020]. Как и в неформальной интернет-коммуникации [Пугачева 2020], в метаязыковой рефлексии в медийном дискурсе преобладает указание на субъективные причины негативной оценки употребления неузуальных феминитивов: *Да, действительно, слух режут непривычные авторка, режиссерка, продюсерка и дизайнерка* [Московский комсомолец: 31.05.2019]; *Феминитивы, на мой взгляд, в бизнесе выглядят странно. Следует отметить, что речь не об устоявшихся понятиях, таких как «поэтесса» или «стюардесса», а о навязываемых новых нормах языка — «блогерка», «авторка»* [Коммерсантъ: 05.03.2021]; *Не использую и не буду, очень не нравится, когда в моем окружении появляются люди, которые просят называть себя авторка, дизайнерка или блогерка* [Московский комсомолец: 08.11.2021]. Метаязыковая рефлексия содержит субъективно-оценочные лексемы (*не нравится*), лексемы с семантикой субъективного восприятия (*выглядят/звучат странно/непривычно, режут слух*), лексемы с имплицитной негативной оценкой (*непривычный, непривычно, странный, странно*).

* Мета признана экстремистской организацией в Российской Федерации.

Как отмечает Е. В. Пугачева, метаязыковая рефлексия о феминитивах в неофициальном интернет-общении нередко принимает формы речевой агрессии, в том числе с использованием сниженной, обценной лексики [Пугачева 2020]. В СМИ контексты с речевой агрессией являются менее частотными и не содержат обценной лексики из-за наличия этических, юридических норм, регламентирующих речевое поведение профессионального журналиста. Экспрессивная негативная оценка встречается преимущественно в цитируемой устной речи героев публикации: «Слова **режиссерка, блогерка, операторка, докторка** меня подбешивают. Эти феминитивы мне кажутся издевательством над русским языком <...>» — высказалась Екатерина [Cosmopolitan: 26.11.2019] — негативная оценка выражается с помощью лексемы с разговорной стилистической окраской *подбешивать*, лексемы с эксплицитной негативно-оценочной семантикой *издевательство*. Неузальные феминитивы могут выступать как потенциально конфликтогенные единицы в медийном дискурсе, когда в рамках метаязыковой рефлексии эксплицитная негативная оценка распространяется не только на языковые единицы, но и на субъектов речи, их использующих: *По словам Петрова, те, кто использует такие слова, как «авторка», «редакторка», «президентка», «докторка», намеренно искажают русский язык и пропагандируют безграмотность* [Лента.ру: 29.03.2019] — высказывание имеет признаки речевого акта обвинения, эксплицитная отрицательная оценка выражается с помощью глагола с деструктивной семантикой *искажать*, негативно-оценочной лексемы *безграмотность*.

В исследованном материале зафиксированы немногочисленные позитивно-оценочные метаязыковые рефлексивы (14% от общего числа контекстов с метаязыковой рефлексией). В подобных контекстах носители языка указывают, что использование феминитивов способно привлечь внимание к проблемам гендерного неравенства: *Использование феминитивов само по себе привлекает внимание к проблеме дискриминации женщин и «патриархальным» моделям, устаревшим еще век назад* [Коммерсантъ: 05.03.2021].

Таким образом, активная метаязыковая рефлексия свидетельствует об актуальности языкового процесса, находящегося в стадии становления. Данные единицы еще не вошли в систему языка, носят неузальный характер, что мотивирует рефлексивную и неоднозначную к ним отношение. При этом преобладают негативно-оценочные метаязыковые комментарии, содержащие доводы преимущественно субъективного характера.

Выводы

Проведенное исследование показывает, что феминитивы встречаются в СМИ как в цитатах (прямой речи интервьюируемых, очевидцев тех или иных событий и т. д.), так и в авторской речи.

Неузальные феминитивы могут использоваться в номинативной и стилистической функциях в оценочно-нейтральных контекстах, для идентификации и самоидентификации (в прямой речи), маркируя приверженность лица определенной идеологической позиции, а также как объект метаязыковой рефлексии (преимущественно в оценочно-маркированных контекстах).

Неузуальные феминитивы используются в номинативной функции в оценочно-нейтральных контекстах, обозначая женщин различных профессий. При этом номинативная функция может сочетаться со стилистической, когда феминитив используется для расстановки смысловых акцентов, обеспечения реализации таких коммуникативных качеств речи, как краткость, логичность, понятность.

Неузуальные феминитивы могут приобретать в речи определенные социально обусловленные смысловые приращения, поэтому они используются как средство идентификации и самоидентификации.

Способность выражать социальное значение обуславливает корреляцию особенностей употребления феминитивов с идейно-тематической направленностью издания. В целом за исключением изданий «Московский комсомолец» и «Взгляд.ру» в изученных медиа неузуальные феминитивы встречаются преимущественно в оценочно-нейтральных контекстах в номинативной функции.

Образование и распространение неузуальных феминитивов — активный процесс, находящийся в стадии становления, о чем в том числе свидетельствует активная метаязыковая рефлексия. Этот процесс в последние годы расширяет сферу протекания: неузуальные феминитивы, ранее употребляемые преимущественно в неформальной интернет-коммуникации, в блогах и сообществах феминистской тематики, теперь проникают в СМИ, предназначенные для широкой аудитории. СМИ существенно влияют на речь современных носителей языка и нередко выступают проводником новых языковых единиц, что может повлиять на дальнейшее распространение неузуальных феминитивов в разговорной речи. Однако, учитывая существенную разницу в частоте использования единиц, вероятно, только наиболее частотные из них имеют перспективу возможного закрепления в языке.

Источники

- Взгляд.ру. URL: <https://vz.ru/> (дата обращения: 27.12.2021).
Газета.ру. URL: <https://www.gazeta.ru/> (дата обращения: 27.12.2021).
Интегрум. URL: <https://integrum.ru/> (дата обращения: 20.08.2022).
Коммерсантъ. URL: <https://www.kommersant.ru/> (дата обращения: 27.12.2021).
Лента.ру. URL: <https://lenta.ru/> (дата обращения: 27.12.2021).
Медиалогия. URL: <https://www.mlg.ru/ratings/media/> (дата обращения: 20.08.2022).
Московский комсомолец. URL: <https://mk.ru/> (дата обращения: 27.12.2021).
Сноб. URL: <https://snob.ru/> (дата обращения: 27.12.2021).
Cosmopolitan. URL: <https://www.cosmopolitan.com/> (дата обращения: 27.12.2021).
Esquire. URL: <https://esquire.ru> (дата обращения: 27.12.2021).

Литература

- Балакина, Товкес 2019 — Балакина Ю. В., Товкес М. Ю. Лингвистические средства конструирования образа женщины-политика (на материале микроблога Твиттер). *Вестник Санкт-Петербургского университета. Язык и литература*. 2019, 16 (3): 381–399.
- Беркутова 2018 — Беркутова В. В. Феминитивы в русском языке: исторический аспект. *Филологический аспект*. 2018, 11 (43): 7–23.
- Булгакова 2012 — Булгакова Н. Е. Словесные ярлыки как лексико-семантическое и лингвоэкологическое понятие. *Мир русского слова*. 2012, 2: 42–47.
- Ведрева 2002 — Ведрева И. Т. Что такое рефлексив? Кто он, homo reflectens? *Известия Уральского государственного университета. Серия 3: Общественные науки*. 2002, 24: 217–227.

- Гузаерова 2019 — Гузаерова Р.Р. Блоггер или блоггерша: русские феминитивы с формантом -ша в современном русском медиапространстве. *Ученые записки Казанского университета. Серия: Гуманитарные науки*. 2019, 161 (5–6): 105–116.
- Гузаерова, Косова 2017 — Гузаерова Р.Р., Косова В. А. Специфика феминитивов в современном русском медиапространстве. *Филология и культура*. 2017, 4 (50): 11–15.
- Диденко, Садченко 2018 — Диденко А. С., Садченко В. Т. Феминитивы в современном русском языке. *Современные научные исследования и разработки*. 2018, 12 (29): 205–207.
- Жданова 2012 — Жданова Е. А. Лексикографическая фиксация неологизмов в словарях разных типов. *Вестник Нижегородского университета им. Н.И.Лобачевского*. 2012, 3 (1): 388–392.
- Жорж 2018 — Жорж Т.К. Феминитив: лингвистический аспект и проблема перевода. *Преподаватель XXI век*. 2018, 4 (2): 356–363.
- Замышляева 2021 — Замышляева Ю. С. Функционирование феминитивов-неологизмов в современных СМИ. *Вестник Челябинского государственного университета*. 2021, 4 (450): 52–56.
- Заур 2020 — Заур А. А. Феминитивы в русскоязычном интернет-пространстве. *Ученые записки Новгородского государственного университета имени Ярослава Мудрого*. 2020, 2 (27). [https://doi.org/10.34680/2411-7951.2020.2\(27\).13](https://doi.org/10.34680/2411-7951.2020.2(27).13)
- Иванова, Клушина 2021 — Иванова М. В., Клушина Н. И. Русский язык в современном интернет-пространстве: динамические процессы и тенденции развития. *Русистика*. 2021, 4: 367–382.
- Кобяков 2020 — Кобяков А. В. Русский феминитив: широкий взгляд. *Ученые записки Новгородского государственного университета имени Ярослава Мудрого*. 2020, 8 (33). [https://doi.org/10.34680/2411-7951.2020.8\(33\).6](https://doi.org/10.34680/2411-7951.2020.8(33).6)
- Кобяков 2021 — Кобяков А. В. Феминитивы в медиа: проект словаря. *Verba. Северо-Западный лингвистический журнал*. 2021, 1 (1): 89–97.
- Котелова 1978 — Котелова Н. З. Первый опыт лексикографического описания русских неологизмов. В кн.: *Новые слова и словари новых слов*. Л.: Наука, 1978. С. 5–26.
- Куликова 2021 — Куликова В. А. Прагматические особенности словотворчества в интернет-дискурсе. В сб.: *Русский язык в России и за рубежом: изучение активных процессов в языке и речи*. Н. Новгород: Национальный исследовательский Нижегородский государственный университет им. Н. И. Лобачевского, 2021. С. 152–158
- Куссе, Чернявская 2019 — Куссе Х., Чернявская В. Е. Культура: объяснительные возможности понятия в дискурсивной лингвистике. *Вестник Санкт-Петербургского университета. Язык и литература*. 2019, 16 (3): 444–462.
- Лаппо, Малиновская 2020 — Лаппо М. А., Малиновская Н. И. Параметризация базы данных узуальных и неuzuальных феминитивов. *Вопросы лексикографии*. 2020, 18: 52–72.
- Лопатин, Улуханов 2016 — Лопатин В. В., Улуханов И. С. *Словарь словообразовательных аффиксов современного русского языка*. М.: Азбуковник, 2016.
- Минеева 2020 — Минеева З. И. Феминитивы с суффиксом -щиц(а)/-чиц(а). *Научный диалог*. 2020, 7: 142–157.
- Молодыхенко 2021 — Молодыхенко Е. Н. Метапрагматические дискурсы и жанровая дифференциация в интернет-медиа. *Вестник Санкт-Петербургского университета. Язык и литература*. 2021, 18 (2): 363–382.
- Первак 2020 — Первак В. А. Феминитивы в русском языке. В сб.: *Лингвистика, лингводидактика, лингвокультурология: актуальные вопросы и перспективы развития: Материалы IV Международной научно-практической конференции*. Минск: БГУ, 2020. С. 536–540.
- Пугачева 2020 — Пугачева Е. В. Феминитивы как объект метаязыковой рефлексии интернет-пользователей. *Известия Волгоградского государственного педагогического университета*. 2020, 5 (148): 97–105.
- Радбиль, Рацибурская и др. 2021 — Радбиль Т. Б., Рацибурская Л. В., Щеникова Е. В., Жданова Е. А., Самыличева Н. А., Куликова В. А. *Русский язык в интернет-коммуникации: лингвокогнитивный и прагматический аспекты*. М.: Флинта, 2021.
- Слинина, Нифонтова 2021 — Слина Л. Я., Нифонтова Д. Е. Гендерная справедливость как объект любительской языковой критики в немецких СМИ. *Вестник Санкт-Петербургского университета. Язык и литература*. 2021, 18 (4): 847–862.

- Солтыс 2020 — Солтыс В. К. Язык блогосферы рунета: гендерный аспект. *Русистика*. 2020, 4: 454–468.
- Степанов 2020 — Степанов С. П. Процесс образования феминитивов как сфера борьбы за равенство полов. *Известия Санкт-Петербургского государственного экономического университета*. 2020, 6 (126): 129–135.
- Стрельникова 2019 — Стрельникова Н. Д. К вопросу о феминитивах. В сб.: *Русский язык в поликультурном мире*. Симферополь: ИТ «Ариал», 2019. С. 294–302.
- Челак 2018 — Челак Е. А. Феминитивы в дискурсе интернет-коммуникации. *Международный научно-исследовательский журнал*. 2018, 12–2 (78): 197–200.
- Чернявская 2020 — Чернявская В. Е. Метапрагматика коммуникации: когда автор приносит свое значение, а адресат свой контекст. *Вестник Санкт-Петербургского университета. Язык и литература*. 2020, 17 (1): 135–147.
- Чернявская 2021 — Чернявская В. Е. Социальное значение в зеркале политической корректности. *Вестник Санкт-Петербургского университета. Язык и литература*. 2021, 18 (2): 383–399.
- Янко-Триницкая 1966 — Янко-Триницкая Н. А. Наименование лиц женского пола существительными женского и мужского рода. В кн.: *Развитие словообразования современного русского языка*. М.: Наука, 1966. С. 167–210.
- Gritsenko, Laletina 2023 — Gritsenko E. S., Laletina A. O. Transgressive Russianness: Claiming authenticity in the Russian woman assemblage. *Russian Journal of Linguistics*. 2023, 27 (1): 173–193.
- Samel 2000 — Samel I. *Einführung in die feministische Sprachwissenschaft*. Berlin: Erich Schmidt Verlag, 2000.
- Verschueren 2000 — Verschueren J. Notes on the role of metapragmatic awareness in language use. *Pragmatics*. 2000, 10 (4): 439–456.

Статья поступила в редакцию 20 августа 2022 г.

Рекомендована в печать 16 июня 2023 г.

Valentina A. Kulikova

HSE University,
25, ul. Bolshaya Pecherskaya, Nizhny Novgorod, 603155, Russia
vkulikova@hse.ru

Non-usual feminitives in media discourse: An active process

For citation: Kulikova V. A. Non-usual feminitives in media discourse: An active process. *Vestnik of Saint Petersburg University. Language and Literature*. 2023, 20 (4): 838–857.
<https://doi.org/10.21638/spbu09.2023.410> (In Russian)

The active process of non-usual feminitives' creation and its distribution in modern media discourse is studied. The object of the study is feminitive neologisms with the suffix *-к-* (*авторка* 'female author', *блогерка* 'female blogger', *редакторка* 'female editor', *режиссерка* 'female director', etc.) in media discourse. The material of the study is a self-assembled corpus of non-usual feminitives in the media. The corpus, compiled using the keyword search technique and marked manually, contains 699 contexts. The source of the material are electronic media of various ideological and thematic orientations, with the wide audience and important place in the modern media discourse. Identified feminitives were analyzed with the method of structural-semantic, word-formation analysis, contexts were studied using discursive, pragmatic, metapragmatic analysis. The active word-formation process is analyzed in a complex way from a structural, semantic, pragmatic, sociolinguistic point of view, which motivates the novelty of the study. The functioning of non-usual feminitives in media texts (both in the author's speech and in interviewees' direct speech) indicates the presence of an active process of feminitives' distribution in the media discourse, previously recorded mainly in informal Internet communication. As a result of the analysis, the semantics of frequent non-usual femi-

nitives was studied. The features of feminitives' functioning in various media were revealed in correlation with its ideological and thematic orientation, characteristics of the target audience. In a pragmatic aspect, the main functions of non-usual feminitives in media texts were analyzed: nominative, stylistic functions, functions of identification and self-identification, the function of an object of metalinguistic reflection.

Keywords: feminitive, word-formation, modern Russian language, active processes, media discourse.

References

- Балакина, Товкес 2019 — Balakina J. V., Tovkes M. Yu. Linguistic means of constructing the image of a female-politician (on the example of the microblog twitter). *Vestnik of Saint Petersburg University. Language and Literature*. 2019, 16 (3): 381–399. (In Russian)
- Беркутова 2018 — Berkutova V. V. Feminatives in the Russian language: Historical aspect. *Filologicheskii aspekt*. 2018, 11 (43): 7–23. (In Russian)
- Булгакова 2012 — Bulgakova N. E. The verbal labels as lexico-semantic concept. *Mir russkogo slova*. 2012, 2: 42–47. (In Russian)
- Вепрева 2002 — Vepreva I. T. What is a reflective? Who is he, homo reflectens? *Izvestiia Ural'skogo gosudarstvennogo universiteta. Serii 3: Obshchestvennye nauki*. 2002, 24: 217–227. (In Russian)
- Гузаерова 2019 — Guzaerova R. R. Blogger or bloggersha: Russian feminitives with the suffix -sh(a) in the modern media space. *Uchenye zapiski Kazanskogo universiteta. Serii: Gumanitarnye nauki*. 2019, 161 (5–6): 105–116. (In Russian)
- Гузаерова, Косова 2017 — Guzaerova R. R., Kosova V. A. Specificity of feminine nouns in modern Russian media space. *Filologiya i kul'tura*. 2017, 4 (50): 11–15. (In Russian)
- Диденко, Садченко 2018 — Didenko A. S., Sadchenko V. T. Feminitives in modern Russian. *Sovremennye nauchnye issledovaniia i razrabotki*. 2018, 12 (29): 205–207. (In Russian)
- Жданова 2012 — Zhdanova E. A. Lexicographical fixation of neologisms in various dictionaries. *Vestnik Nizhegorodskogo universiteta im. N. I. Lobachevskogo*. 2012, 3 (1): 388–392. (In Russian)
- Жорж 2018 — Zhorzh T. K. Gender marking in job titles: linguistic aspect and problem of the translation. *Prepodavatel' XXI vek*. 2018, 4 (2): 356–363. (In Russian)
- Замышляева 2021 — Zamyshliaeva Iu. S. The functioning of feminitives-neologisms in modern Russian media. *Vestnik Cheliabinskogo gosudarstvennogo universiteta*. 2021, 4 (450): 52–56. (In Russian)
- Зауэр 2020 — Zauer A. A. Feminitives in the Russian Internet space. *Uchenye zapiski Novgorodskogo gosudarstvennogo universiteta imeni Iaroslava Mudrogo*. 2020, 2 (27). [https://doi.org/10.34680/2411-7951.2020.2\(27\).13](https://doi.org/10.34680/2411-7951.2020.2(27).13) (In Russian)
- Иванова, Клушина 2021 — Ivanova M. V., Klushina N. I. Russian language in modern web space: Dynamic processes and development trends. *Rusistika*. 2021, 4: 367–382. (In Russian)
- Кобяков 2020 — Kobiakov A. V. Russian feminitives: a broad view. *Uchenye zapiski Novgorodskogo gosudarstvennogo universiteta imeni Iaroslava Mudrogo*. 2020, 8 (33). [https://doi.org/10.34680/2411-7951.2020.8\(33\).6](https://doi.org/10.34680/2411-7951.2020.8(33).6) (In Russian)
- Кобяков 2021 — Kobiakov A. V. Feminitives in media: a vocabulary project. *Verba. Severo-Zapadnyi lingvistichekii zhurnal*. 2021, 1 (1): 89–97. (In Russian)
- Котелова 1978 — Kotelova N. Z. The first experience of lexicographic description of Russian neologisms. In: *Novye slova i slovari novykh slov*. Leningrad: Nauka Publ., 1978. P. 5–26. (In Russian)
- Куликова 2021 — Kulikova V. A. Pragmatic features of word-building on the internet discourse. In: *Russkii iazyk v Rossii i za rubezhom: izuchenie aktivnykh protsessov v iazyke i rechi*. Nizhnii Novgorod: Natsional'nyi issledovatel'skii Nizhegorodskii gosudarstvennyi universitet im. N. I. Lobachevskogo Publ., 2021. P. 152–158. (In Russian)
- Кусе, Чернявская 2019 — Kuße H., Chernyavskaya V. E. Culture: Towards its explanatory charge in discourse linguistics. *Vestnik of Saint Petersburg University. Language and Literature*. 2019, 16 (3): 444–462. (In Russian)
- Лаппо, Малиновская 2020 — Lappo M. A., Malinovskaia N. I. The parametrization of the database of common and occasional feminitives. *Voprosy leksikografii*. 2020, 18: 52–72. (In Russian)

- Лопатин, Улукханов 2016 — Lopatin V. V., Ulukhanov I. S. *Slovar' slovoobrazovatel'nykh affiksov sovremennoogo russkogo iazyka*. Moscow: Azbukovnik Publ., 2016. (In Russian)
- Минеева 2020 — Mineeva Z. I. Femininitives with suffix '-shits(a)/-chits(a)'. *Nauchnyi dialog*. 2020, 7: 142–157. (In Russian)
- Молодыченко 2021 — Molodychenko E. N. Metapragmatic discourses in differentiating genres in online media. *Vestnik of Saint Petersburg University. Language and Literature*. 2021, 18 (2): 363–382. (In Russian)
- Первак 2020 — Pervak V. A. Femininitives in the Russian language. In: *Lingvistika, lingvodidaktika, lingvokul'turologiia: aktual'nye voprosy i perspektivy razvitiia: Materialy IV Mezhdunarodnoi nauchno-prakticheskoi konferentsii*. Minsk: BGU Publ., 2020. P. 536–540. (In Russian)
- Пугачева 2020 — Pugacheva E. V. Femininitives as an object of metalinguistic reflection of internet users. *Izvestiia Volgogradskogo gosudarstvennogo pedagogicheskogo universiteta*. 2020, 5 (148): 97–105. (In Russian)
- Радбиль, Радибурская и др. 2021 — Radbil' T. B., Ratsiburskaia L. V., Shchenikova E. V., Zhdanova E. A., Samylicheva N. A., Kulikova V. A. *Russian language in Internet communication: Linguocognitive and pragmatic aspects*. Kollektivnaia monografiia. Moscow: Flinta Publ., 2021. (In Russian)
- Слинина, Нифонтова 2021 — Slinina L. Ia., Nifontova D. Ie. Gender-fair language as an object of amateur language criticism in German media. *Vestnik of Saint Petersburg University. Language and Literature*. 2021, 18 (4): 847–862. (In Russian)
- Солтыс 2020 — Soltys V. K. Gender issue in the runet blogosphere language. *Rusistika*. 2020, 4: 454–468. (In Russian)
- Степанов 2020 — Stepanov S. P. The process of the femininitives formation as a sphere of struggle for gender equality. *Izvestiia Sankt-Petersburgskogo gosudarstvennogo ekonomicheskogo universiteta*. 2020, 6 (126): 129–135. (In Russian)
- Стрельникова 2019 — Strel'nikova N. D. On femininitives. In: *Russkii iazyk v polikul'turnom mire*. Simferopol': IT "ARIAL" Publ., 2019. P. 294–302. (In Russian)
- Челак 2018 — Chelak E. A. Femininitives (gender-specific nouns of feminine gender) in internet communication. *Mezhdunarodnyi nauchno-issledovatel'skii zhurnal*. 2018, 12–2 (78): 197–200. (In Russian)
- Чернявская 2020 — Chernyavskaya V. E. Metapragmatics: When the author brings meaning and the addressee context. *Vestnik of Saint Petersburg University. Language and Literature*. 2020, 17 (1): 135–147. (In Russian)
- Чернявская 2021 — Chernyavskaya V. E. Social meaning in the mirror of political correctness. *Vestnik of Saint Petersburg University. Language and Literature*. 2021, 18 (2): 383–399. (In Russian)
- Янко-Триницкая 1966 — Ianko-Trinitskaia N. A. Naming females with feminine and masculine nouns. In: *Razvitie slovoobrazovaniia sovremennogo russkogo iazyka*. Moscow: Nauka Publ., 1966. P. 167–210. (In Russian)
- Gritsenko, Laletina 2023 — Gritsenko E. S., Laletina A. O. Transgressive Russianness: Claiming authenticity in the Russian woman assemblage. In: *Russian Journal of Linguistics*. 2023, 27 (1): 173–193.
- Samel 2000 — Samel I. *Einführung in die feministische Sprachwissenschaft*. Berlin: Erich Schmidt Verlag, 2000.
- Verschueren 2000 — Verschueren J. Notes on the role of metapragmatic awareness in language use. *Pragmatics*. 2000, 10 (4): 439–456.

Received: August 20, 2022

Accepted: June 16, 2023