

RU

## Феминитивы в узусе новых медиа

Буторина Е. П.

**Аннотация.** Цель исследования – определить особенности образования и употребления феминитивов, обозначающих профессию или должность, в новых медиа. В статье феминитивы, часто употребляемые в новых медиа, и средства их образования сопоставляются с зафиксированными в классификаторе единицами официальной номинации должностей и профессий женщин в правовом поле. Научная новизна работы состоит в уточнении границ реализации категории официальности в новых условиях коммуникации на примере лексико-семантической группы феминитивов. В результате установлено, что пересечения множества единиц из списка официально рекомендованных феминитивов – фактов языка, используемых для обозначения должностей и званий, с множеством наиболее частотных единиц узуса новых медиа практически отсутствуют. Даже в немногочисленных случаях одновременного вхождения единиц в перечень официальных наименований должностей и профессий, с одной стороны, и в список часто встречающихся номинаций в узусе новых медиа – с другой, такие лексемы, как правило, совпадают только по форме – их значения зачастую расходятся. Отмечены и различные способы образования феминитивов в официальном классификаторе и узусе новых медиа.

EN

## Feminitives in the usage of new media

Butorina E. P.

**Abstract.** The aim of the study is to determine the features of formation and use of feminitives denoting a profession or position in new media. The paper compares the feminitives often used in new media and the means of their formation with the units of the official naming of positions and professions of women in the legal field recorded in a classifier. The scientific novelty of the work consists in clarifying the boundaries of the implementation of the formality category in the new conditions of communication using the example of the lexico-semantic group of feminitives. As a result, it has been found that there are practically no intersections between the set of units from the list of officially recommended feminitives – the language facts used to denote positions and titles – with the set of the most frequent units used in new media. Even in the few cases of a simultaneous entry of units into the list of official names of positions and professions, on the one hand, and into the list of frequently occurring nominations in the usage of new media, on the other hand, such lexemes, as a rule, coincide only in form – their meanings often diverge. Various ways of formation of feminitives in the official classifier and the usage of new media are also noted.

## Введение

Актуальность настоящего исследования определяется необходимостью уточнения соотношения между зафиксированными в официальных источниках социально значимыми наименованиями женщин и узусом новых медиа. Именно этот узус сейчас активно формируется разными видами коммуникации, в том числе и деловой. Пилотное исследование позволит предварительно оценить по результатам описания особенностей образования и употребления слов, обозначающих женщин по профессии или должности, в какой степени используемые в новых медиа языковые средства пересекаются со средствами официальной коммуникации. Поскольку официальная коммуникация осуществляется в правовом поле, для речевых произведений в этой сфере крайне важно, является ли слово уже осознанным фактом языка или пока принадлежит только речи: зафиксировано ли оно в официальных источниках или только входит в дискурсивную практику языкового сообщества.

Наименования лиц по социальной роли представляют собой один из видов номинации, в котором регулярно и достаточно последовательно отражается национальная специфика обозначения человека в разных дискурсивных практиках. Социальная роль при этом рассматривается как «стереотипное поведение, ожидаемое от человека, занимающего определённую позицию (или статус) в социальной структуре» (Кравченко, 2021, с. 242).

Феминитивы в нашей работе понимаются достаточно широко: как лексические единицы, в которых наименование женщин маркировано формальными показателями. Для русского языка это в первую очередь аффиксы: словообразовательные (*актр-ис-а*) или словоизменительные (*заведующ-ая*). Некоторые из обозначающих женщин производных единиц зафиксированы в словарях, то есть могут рассматриваться как единицы языка (*учительница*), другие встречаются только в узусе, поэтому пока о них можно говорить исключительно как о фактах речи (*авторка*). При обозначении последних нередко используют термин «неофеминитивы» (Минеева, 2022; Пугачева, 2020) для того, чтобы отличить их от языковых феминитивов.

Исследователи (Минеева, 2022; Пугачева, 2020) отмечают расхождение между множеством феминитивов, зафиксированных в словарях как факты языковой системы, и современным узусом интернет-коммуникации: «...в соцсетях и на различных интернет-сайтах пользователи могут использовать потенциальные корреляты ж. р., образованные по наиболее активно функционирующим в настоящее время моделям, помимо зафиксированных в словаре феминитивов» (Минеева, 2022, с. 331). Такие единицы впоследствии при их высокой частотности в узусе могут быть зафиксированы в специальных классификаторах и общеязыковых словарях. Соотношение множеств единиц узуса и зафиксированных языковых норм для коммуникативных ситуаций, характеризующихся разным значением отдельных параметров, будет, скорее всего, неодинаковым. Выделение общих тенденций и определяемых условиями коммуникации различий в образовании и употреблении наименований женщин в современном русском языке и речи позволило бы не только уточнить и актуализировать лексикографические описания словарных единиц, но и сформулировать рекомендации по выбору языковых средств для практических целей, например при обучении языку.

В классификаторах (например, ОКПДТР – Общероссийский классификатор профессий рабочих, должностей служащих и тарифных разрядов. URL: <https://okpdr.ru/>; ОКСМ – Общероссийский классификатор стран мира. URL: <https://classifikators.ru/oksm>), предписывающих выбор того или иного наименования для употребления в тексте документа, представлены сознательно вводимые прескриптивные нормы для текстов официально-делового стиля. Лексические нормы, ставшие фактом общелитературного языка, зафиксированы в общеязыковых словарях, они тоже могут сопровождаться пометами, выделяющими отдельные варианты в качестве рекомендуемых, в отличие от допустимых. Сознательно вводятся в узус номинации профессий и должностей женщин в феминистских медиасообществах. Как соотносятся лексикографически зафиксированные множества феминитивов и целенаправленно формируемый узус некоторых сообществ, активно использующих неофеминитивы, с одной стороны, и спонтанно складывающийся узус новых медиа – с другой?

Для того чтобы ответить на этот вопрос, необходимо решить несколько задач:

- из списка наиболее частотных феминитивов в социальных сетях путем случайной выборки сформировать перечень наименований женщин по должности, званию или профессии;
- установить наличие этих единиц в официальном классификаторе должностей и профессий;
- определить наличие наименований должностей и профессий из официального классификатора в узусе новых медиа;
- сопоставить способы образования единиц из списка наиболее частотных феминитивов узуса соцсетей со способами образования однокоренных единиц, представленными в официальном классификаторе.

В качестве языкового материала привлекались единицы номинации, зафиксированные в ОКПДТР как официально-источнике. В качестве вспомогательных общеязыковых источников использовались словари (Словари Грамота.ру. URL: <http://gramota.ru/slovari>). Речевым материалом послужили результаты поиска в подкорпусе социальных сетей Национального корпуса русского языка (НКРЯ. URL: <https://ruscorpora.ru/>).

При обработке материала использованы методы контекстного, сравнительного и словообразовательного анализа, метод случайной выборки.

Решение поставленных задач исследования стало возможным благодаря теоретической базе, представленной трудами, в которых обсуждаются проблемы гендерной лингвистики (Кирилина, 2005; Миретина, 2011), способы словообразования феминитивов (Горошевская, 2021; Минеева, 2022; Миретина, 2011) и неофеминитивов (Пугачева, 2020; Секерина, Захарова, 2017), а также особенности языка новых медиа (Кирия, Новикова, 2017; Колесников, 2018; Носовец, 2016), поскольку дискуссии о возрастании количества феминитивов в современном русском языке и речи, а также заметном распространении новых способов деривации для образования наименований женщин касаются прежде всего употребления этих единиц в интернет-коммуникации, в частности в новых медиа.

Практическая значимость работы заключается в том, что материалы исследования могут быть использованы в образовательных программах гуманитарного направления при изучении медиадискурса, в преподавании практической стилистики и социолингвистики. Полученные результаты могут найти применение при разработке учебных пособий по русскому языку как иностранному, руководств по деловой и официальной коммуникации.

## Обсуждение и результаты

«Новые медиа» рассматриваются как «инновационные средства и/или агенты коммуникации, появившиеся в историческом плане недавно и находящиеся на стадии активного развития, внедрения или завоевания собственной ниши в информационной сфере, а в широком смысле – новая медийная сфера в целом» (Носовец, 2016, с. 45). Частным случаем новых медиа для целей нашего исследования можно считать социальные

сети. С понятием «новые медиа» тесно связано понятие «новой журналистики». Это «вид журналистики, возникший не позже 90-х годов XX века и характеризующийся использованием новых медиа или привнесённых ими возможностей, появлением новых видов и жанров публицистической информации и децентрализацией процессов её создания и потребления» (Колесников, 2018, с. 54). «Новая журналистика» формируется на таком этапе развития Интернета, как Web 2.0, поскольку лишь с его достижением появилась возможность для любого пользователя Сети самостоятельно размещать в ней публичный социально значимый контент, не имея профессиональной подготовки журналиста и не выступая от лица официальной структуры. Речевой материал из уст новых медиа выбран как наиболее показательный для исследования особенностей реализации категории официальности в речевых произведениях новой журналистики: например, традиционно в деловых медиа фактчекинг предполагает употребление официальных наименований должностей и профессий, а в новых медиа условия проявления этой категории пока не определены. Феминитивы представляют собой одну из лексико-семантических групп, испытывающих заметное влияние социально-культурного контекста, поэтому являются предпочтительным материалом для изучения границ категории официальности в новых условиях коммуникации.

Для описания особенностей употребления феминитивов в социальных сетях можно отталкиваться от двух крайних точек шкалы кодифицированности языковых единиц, которые представлены, с одной стороны, неофеминитивами, а с другой – официальными наименованиями должностей и профессий. Основная гипотеза исследования состоит в том, что единицы этих крайних точек будут представлены в узусе социальных сетей не более чем на 50%. Лексемы из разных множеств считаются одной лексемой, если у них совпадает не только форма, но и значение, стиливая характеристика и сочетаемость. Как уже говорилось, в работе используется метод случайной выборки, то есть рассматриваются некоторые произвольно сформированные подмножества интересующих нас множеств.

Сначала оценим пересечение множества феминитивов в социальных сетях с множеством неофеминитивов. В лингвистических работах отмечено особенно активное использование таких номинаций в некоторых сообществах социальной сети «ВКонтакте»: например, «Подслушано Феминизм», «Ф – феминитивы», «Против насилия над женщинами» и некоторых других (Секерина, Захарова, 2017). Исследователи чаще всего приводят примеры феминитивов, образованных при помощи суффиксов *-к-*, *-есс-*, *-ин-*, *-иц-*. В общелитературном языке при помощи суффикса *-к-* образуются чаще катойконимы и этнонимы: соответственно обозначения женщин – жительниц различных населённых пунктов (*москвичка, горожанка, селянка* и др.), женщин – представительниц различных этносов и национальностей (*россиянка, азиатка, англичанка* и др.) и примыкающие к подобным названиям обозначения последовательниц разных религий (*христианка, буддистка, протестантка* и др.). Такие номинации в основном стилистически нейтральны, известны большинству членов языкового сообщества, закреплены в словарях и не вызывают споров. Возникающие общественные дискуссии по поводу обозначения женщин не коснулись этих видов феминитивов, а затронули прежде всего неофеминитивы, к которым в первую очередь принято относить названия женщин по профессии (*редакторка, терапевтка, иллюстраторка, фотографиня, врачница, пожарная* и др.), по должности (*деканесса*) и по роду деятельности (*геймерка, реперка* и др.).

Пилотное исследование на ограниченном множестве единиц позволяет утверждать с некоторой степенью уверенности, что эти случаи можно рассматривать только как характерную особенность дискурса определённых речевых сообществ. Такие лексемы не являются распространёнными в других новых медиа, о чём свидетельствуют результаты поиска по подкорпусу социальных сетей в НКРЯ: из 20 единиц, отобранных методом случайной выборки в речевых произведениях феминистских сообществ, только у неофеминитива *админка* зафиксировано количество вхождений 149; 11 номинаций не встретилось ни разу, число вхождений в остальных случаях не превышает 10. Пересечение произвольно выбранного множества неофеминитивов с множеством лексем для обозначения женщин в новых медиа составило 45%. Здесь речь идёт об узуальном употреблении. В словарях такие единицы не зафиксированы: для некоторых из них при поиске по корпусу словарей Грамота.ру приводятся однокоренные варианты, образованные при помощи более традиционных аффиксов и моделей: например, для *редакторка* – *редакторша*. В классификаторы должностей они тоже не включены.

Теперь обратимся к зафиксированным официальным наименованиям должностей и профессий в современном русском языке. Мужской род существительных в русском языке часто является немаркированным: лексемы с таким грамматическим значением могут именоваться как мужчин, так и женщин, называя лицо безотносительно к биологическому полу. Но не во всех коммуникативных ситуациях и контекстах механизм такой замены действует однозначно, ср.: *День учителя / любимая учительница*. В большинстве случаев выбор во многом определяется функциональным стилем и сферой коммуникации. Под функциональными стилями языка для целей нашего исследования понимаются по традиции «разновидности литературного языка, исторически сложившиеся в зависимости от вида человеческой деятельности, целей, адресности содержания и условий речевого общения» (Буторина, Карнаух, 2015, с. 188). Все наименования мужского рода в тех случаях, когда они относятся к женщинам, указывают на биологический пол не напрямую, а через согласование с зависимыми словами (то есть используется семантический принцип согласования). Если акцентируется род деятельности, то согласование осуществляется по грамматическому принципу, а о характеристике по биологическому полу говорит только упоминание соответствующего имени собственного или фамилии с окончанием женского грамматического рода: *Петрова – прекрасный руководитель*. В нашем исследовании мы рассматриваем только феминитивы с формальными показателями в лексеме (см. определение выше), поэтому подобные контексты пока остаются вне сферы нашего изучения.

Другим способом отображения значения женского пола является слово «женщина», присоединённое к корреляту мужского рода: *женщина-космонавт, женщина-предприниматель, женщина-ученый*. Такого рода словообразовательные модели чаще всего используются, когда нужно сделать акцент на новую либо выдающуюся роль женщины в какой-либо социальной сфере. Согласование в предложении в этом случае происходит по женскому роду со словом *женщина*. Эта словообразовательная модель в официальных наименованиях должностей не используется.

Среди феминитивов – наименований по роду деятельности можно встретить большое количество субстантивированных причастий и прилагательных: *заведующая, уполномоченная, исполняющая обязанности, ведущая, служащая, дежурная, ученая, ответственная* и др. В текстах официальных документов при обозначении должности или звания предпочтение отдается словам мужского рода, употребляемым по отношению как к мужчинам, так и к женщинам: *заведующий кафедрой Петрова, уполномоченный по правам человека Москалькова*. Эта тенденция нашла отражение в рекомендациях, зафиксированных в классификаторе должностей (ОКПДТР): номинации *заведующий отделом, заведующий сектором* и др. приводятся без соотносимой пары женского рода, встречается только *заведующая машинописным бюро* – впрочем, тоже без пары мужского рода. В остальных случаях использования единиц официально-делового стиля (например, устная коммуникация, визитная карточка, табличка на дверях кабинета, личная страница на сайте организации и др.) в словах этой модели встречаются и окончания женского рода. Таким образом, нейтрализация противопоставления существительных мужского и женского рода устойчиво воспроизводится только в текстах документов, представляющих собой ядро официального дискурса, в других видах даже делового дискурса картина гораздо менее однородна.

Принятые в неофициальных стилях речи феминитивы, парные к наименованиям мужского рода, закрепились в тех случаях, когда конкретный вид деятельности в равной степени осуществляется и мужчинами, и женщинами: *лаборант – лаборантка, спортсмен – спортсменка, скрипач – скрипачка, преподаватель – преподавательница, студент – студентка*. Особенно эта ситуация характерна для сфер спорта, культуры и общественной деятельности.

При этом, как уже было отмечено, несмотря на естественность образования и употребления подобных наименований женского рода, в официально-деловом стиле предпочтительно слово мужского рода, если речь идет о номенклатурном наименовании профессии или должности. Как уже говорилось выше, регламентирует такие наименования унифицированный общероссийский классификатор (ОКПДТР), в котором собраны все официальные наименования современных профессий.

Классификатор состоит из двух разделов: в одном представлены профессии рабочих, в другом – должности служащих. Всего в него включено более 5 тысяч наименований профессий, в том числе 21 наименование женского рода без соотносительной мужской пары: *акушерка, вышивальщица, вязальщица, горничная, заведующая машинописным бюро, кастелянша, кружевница, маникюрша, машинистка, медицинская сестра, модистка головных уборов, няня, педикюрша, санитарка (мойщица), секретарь-машинистка, секретарь-стенографистка, сестра-хозяйка, стенографистка, фасовщица, цветочница, швея*. Парное наименование всего одно: *ковровщик – ковровщица*. Отсутствуют традиционные наименования женского рода многих преимущественно женских профессий, их заменяют слова мужского рода: *артист балета* (вместо *балерина*), *бортпроводник, демонстратор одежды, дояр, паспортист, уборщик, укладчик*.

Можно сделать вывод, что наименования профессий мужского рода используются как нейтральные и универсальные как для мужчин, так и для женщин – за редким исключением в виде наименований профессий, в которых (на момент составления классификатора) заняты только женщины. Только если наименование профессии не имеет соотносимого мужского варианта, в официальных текстах используется феминитив. Преимущественные словообразовательные модели таких номинаций – на *-щиц(а)/-ниц(а)* и *-к(а)*.

Во всех видах современных документов феминитивы употребляются в том виде, в каком они зафиксированы в общероссийском классификаторе. К таким документам относятся трудовые договоры, должностные инструкции, штатное расписание, правила внутреннего распорядка, трудовые книжки, личные карточки работников и т. д. (Горошевская, 2021).

Для исследования особенностей образования и употребления феминитивов в новых медиа обратимся к данным НКРЯ. Всего в подкорпусе социальных сетей по семантическому признаку *nomina feminina* было найдено 177 578 текстов, 350 150 вхождений.

В список 20 наиболее частотных феминитивов (число вхождений превышает 1000), представляющих собой наименования должностей, профессий и званий, сформированный методом случайной выборки на базе результатов поиска, вошли, например, такие единицы, как *актриса, ведущая, медсестра, певица, учительница* и др. Можно видеть, что это стилистически нейтральные слова, образованные с использованием традиционных для этого пласта лексики словообразовательных средств. Такие слова, как *няня*, несмотря на большое число вхождений в выдаче, исключены из списка анализируемых единиц, поскольку в них не столь очевиден словообразовательный показатель лица женского пола.

Далее устанавливалась представленность этих единиц в Общероссийском классификаторе (ОКПДТР). Выяснилось, что почти все (19 из 20) наиболее частотные феминитивы, употребляемые в социальных сетях, не встречаются в ОКПДТР: *актриса* не используется в качестве официального наименования профессии в документах – в классификаторе зафиксирована только лексема *артист*; соответственно, вместо *ведущая* может быть использовано только *ведущий (концерта)*; вместо *певица* – *артист-вокалист*; вместо *учительница* – *учитель* и т. п. Условно эквивалентной номинацией для *медсестра* и *медицинская сестра*, зафиксированных в подкорпусе социальных сетей, можно считать *медицинская сестра* в ОКПДТР. При этом в новых медиа

представлено 132 вхождения лексемы *медбрат*, которая в классификаторе не отражена. Например: *Никаких проблем не было, хотя медбрат тоже сомневался, но врач его успокоил* (Сургус Animals. telegram Сургус Animals. 05.08.2022 (НКРЯ)). Таким образом, наиболее частотные феминитивы новых медиа из нашей выборки только в 5% случаев вошли в официальный классификатор.

Наблюдается и обратная картина: единицы из ОКПДТР в подкорпусе социальных сетей либо не представлены вовсе (16 из 20): например, *модистка головных уборов, заведующая машинописным бюро, сестра-хозяйка* и др.; либо используются в контекстах, речь в которых идёт о народных промыслах (4 из 20): например, *вышивальщица, кружевница, ковровщица* и др., то есть в несколько ином значении, поэтому говорить о полном совпадении этих номинаций, по-видимому, нельзя. Таким образом, предварительно можно отметить, что пересечения единиц списка официальных феминитивов – фактов языка, используемых для обозначения должностей и званий в правовом поле, с множеством наиболее частотных единиц узуса новых медиа весьма незначительны: даже в немногочисленных случаях вхождения единиц в оба списка они могут совпадать только по форме, а их значения зачастую расходятся. Число формальных вхождений составило 20%.

Анализ словообразовательных средств, используемых для образования несловарных феминитивов, показал некоторые устойчивые тенденции: в случае совпадения корня в единицах ОКПДТР, общеязыковых словарей и узуса социальных сетей в классификаторе фиксируется слово мужского рода, а в узусе новых медиа слово с этим корнем используется для образования феминитива с разговорным или просторечным суффиксом либо сокращения. Конечно, говорить в этом случае можно только о тенденциях (ср. приведённый ранее пример с номинациями *медицинская сестра, медсестра, медбрат*).

## Заключение

Исследование пересечения множеств номинаций женщин по должности и профессии, представленных в недифференцированном узусе новых медиа, узусе отдельных сообществ, использующих неофеминитивы, а также в классификаторе профессий и должностей, выявило следующие тенденции.

Феминитивы, имеющие наибольшую частоту встречаемости в подкорпусе социальных сетей, представляют собой зафиксированные в общеязыковых словарях стилистически нейтральные слова неофициальных стилей – неофеминитивы активно используются только в некоторых речевых сообществах. Пересечение произвольно выбранного множества неофеминитивов с множеством лексем для обозначения женщин в новых медиа составило 45%, причём их частотность в большинстве случаев невысока.

Наиболее частотные феминитивы новых медиа из произвольной выборки зафиксированы в общеязыковых словарях, но только в 5% случаев вошли в официальный классификатор. Число формальных вхождений единиц из классификатора в перечень наиболее частотных феминитивов новых медиа составило 20%, при этом тождество значений таких единиц не является бесспорным.

Словообразовательные средства, используемые в наиболее частотных феминитивах новых медиа, как правило, традиционны для такого вида лексем. Если лексемы ОКПДТР, общеязыковых словарей и узуса социальных сетей представляют собой однокоренные слова, то в классификаторе фиксируется слово мужского рода, а в узусе новых медиа слово с этим корнем используется для образования феминитива с разговорным или просторечным суффиксом либо сокращения.

Перспективы дальнейших исследований видятся прежде всего в изучении особенностей реализации категории официальности в интернет-коммуникациях промышленных, финансовых, государственных структур, а также корпоративных медиа. Кроме того, перспективным представляется сопоставление феминитивов, используемых для обозначения должности и профессии в разных языках, деловых культурах и типах текстов.

## Источники | References

1. Буторина Е. П., Карнаух Н. Л. Русский язык и культура деловой речи. Справочник-практикум. М.: Термика.Ру, 2015.
2. Горошевская О. Н. Феминитивы в текстах медиа и документах: дисс. ... маг. филол. М., 2021.
3. Кирилина А. В. Гендерные исследования в лингвистических дисциплинах // Гендер и язык / Московский государственный лингвистический университет, Лаборатория гендерных исследований. М.: Языки славянской культуры, 2005.
4. Кирия И. В., Новикова А. А. Дискурсивные исследования // Кирия И. В., Новикова А. А. История и теория медиа. М.: Высшая школа экономики, 2017.
5. Колесников Е. В. Новые медиа в деятельности органов власти. М.: Издательские решения, 2018.
6. Кравченко А. И. Роль // Краткий социологический словарь. М.: Проспект, 2021.
7. Минеева З. И. Феминитивы-2020 // Шаги/Steps. 2022. Т. 8. № 3.
8. Миретина М. С. Феминизация названий профессий, должностей, титулов и званий во французском языке во Франции, Бельгии, Швейцарии и Квебеке: дисс. ... к. филол. н. СПб., 2011.
9. Носовец С. Г. Новые медиа: к определению понятия // Коммуникативные исследования. 2016. № 4.
10. Пугачева Е. В. Неофеминитивы в интернет-коммуникации: образование, функционирование // Вестник Адыгейского государственного университета. Серия 2 «Филология и искусствоведение». 2020. № 4.
11. Секерина М. Е., Захарова Ю. Г. Феминитивы в языке блогов // Гуманитарные научные исследования. 2017. № 4.

### Информация об авторах | Author information

RU

**Буторина Елена Петровна**<sup>1</sup>, д. филол. н., доц.

<sup>1</sup> Российский государственный гуманитарный университет, г. Москва

EN

**Butorina Elena Petrovna**<sup>1</sup>, Dr

<sup>1</sup> Russian State University for the Humanities, Moscow

<sup>1</sup> [butorinaelena@gmail.com](mailto:butorinaelena@gmail.com)

### Информация о статье | About this article

Дата поступления рукописи (received): 02.07.2023; опубликовано online (published online): 23.08.2023.

**Ключевые слова (keywords):** феминитивы; русский язык; новые медиа; официальный дискурс; деловой дискурс; feminitives; Russian language; new media; formal discourse; business discourse.