

НЕОФЕМИНИТИВЫ КАК ИНСТРУМЕНТ ЯЗЫКОВОЙ ИГРЫ В ИНТЕРНЕТ-КОММУНИКАЦИИ

Цзяси Чжан¹, Светлана Васильевна Ильясова²

^{1,2} Южный федеральный университет, Ростов-на-Дону, Россия

¹tchzha@sfedu.ru,

²ilyasova_rnd@mail.ru ²<https://orcid.org/0000-0003-2386-6512>

Аннотация. Выявляются структурно-семантические и функционально-прагматические особенности медийных неофеминитивов – новообразований для обозначения женщин по роду занятий или социальной роли, образованных от существительных мужского рода с помощью узнаваемых суффиксов женского рода. Под неофеминитивами понимаются дериваты, обозначающие женщин по роду занятия, социальной роли в обществе. Источниками материала послужили материалы из открытых социальных сетей (ВКонтакте, Instagram, Twitter, Telegram) и блогов.

Показано, что неофеминитивы выполняют не только номинативную, но и коммуникативно-прагматическую роль – служат средством самоиронии, демонстрации социального и гендерного самосознания, а также инструментом языковой игры. Теоретическая база статьи опирается на идеи М.М. Бахтина о карнавальности, Л. Витгенштейна – о языковой игре и Е.С. Кубряковой – о когнитивной природе словообразования. Анализ примеров из социальных сетей показал, что в неформальной среде дериваты становятся объектом рефлексии и иронии, а женские формы – способом «переосмыслить» границы языкового узуса. В результате неофеминитивы становятся индикатором социальных изменений и зеркалом новой коммуникативной этики в цифровом пространстве.

Ключевые слова: неофеминитивы, интернет-коммуникация, языковая игра, словообразование, гендер, стилистика, оценочность

Для цитирования: Чжан Цзяси, Ильясова С.В. Неофеминитивы как инструмент языковой игры в интернет-коммуникации // Научная мысль Кавказа. 2025. № 4. С. 172–180.

doi: 10.18522/2072-0181-2025-124-172-180

NEOFEMINATIVES AS A TOOL OF LANGUAGE PLAY IN INTERNET COMMUNICATION

Jiaxi Zhang¹, Svetlana V. Ilyasova²

^{1,2}Institute of Philology, Journalism and Cross-cultural Communication, Southern Federal University, Rostov-on-Don, Russia

¹tchzha@sfedu.ru,

²ilyasova_rnd@mail.ru ²<https://orcid.org/0000-0003-2386-6512>

Abstract. This article examines the structural, semantic, functional, and pragmatic features of medial neofeminatives – newly coined words denoting women by profession or social role, formed from masculine nouns using recognizable feminine suffixes. The material was sourced from open social networks (VKontakte, Instagram, Twitter, Telegram) and blogs.

The study demonstrates that neofeminatives serve not only a nominative function but also a communicative-pragmatic role – acting as a means of self-irony, a demonstration of social and gender consciousness, and a tool for language play. The theoretical framework of the article draws on M.M. Bakhtin's concept of carnivalesque, L. Wittgenstein's notion of language games, and E.S. Kubryakova's ideas on the cognitive nature of word formation. Examples from social networks show that in informal settings, these derivatives become objects of reflection and irony, while feminine forms serve as a way to «rethink» the boundaries of

linguistic usage. Consequently, neofeminatives emerge as indicators of social change and a mirror of new communicative ethics in digital space.

Key words: neofeminatives, internet communication, language play, word formation, gender, stylistics, evaluation

For citation: Jiaxi Zhang, Ilyasova S.V. Neofeminatives as a Tool of Language Play in Internet Communication. *Naučnââ mysl' Kavkaza*. 2025. No. 4. P. 172–180.

doi: 10.18522/2072-0181-2025-124-172-180

Original article

Появление и функционирование неофеминитивов в СМИ и интернете все активнее привлекает внимание лингвистов. В ряде работ подчёркивается связь языкового креатива в сети с генерализацией феминистских тенденций и влиянием социальных движений [1, с. 318]. Так, А.А. Зауэр указывает, что феминитивы являются одним из лингвистических инструментов профеминистов для устранения гендерной асимметрии в языке [2, с. 2]. В странах с активным феминистским движением женские наименования профессий широко употребляются как в разговорной, так и официальной речи [1, с. 325]. Подобные тенденции прослеживаются и в русскоязычном интернете, где неофеминитивы используются особенно активно, ввиду специфики сетевого общения.

Неофеминитивы – это новые женские формы существительных (обычно названий профессий, рода занятий, социальной роли), которые активно появляются в сетевой речи и не закреплены литературной нормой [3, 2601]. Под неофеминитивами мы понимаем наименования лиц женского по роду занятий, профессии, не отмеченные в словарях русского языка.

Изучение неофеминитивов на материале новых медиа способствует пониманию роли интернета как катализатора языковых изменений и сдвигов в общественном сознании. Сошлемся на высказывание Б. Тошовича: «Интернет является самым широким, самым разнообразным и самым сложным коммуникативным пространством, средством и каналом связи, придуманным и созданным когда-либо человеком» [4]. Дополним это высказывание следующим определением: «Современный интернет-дискурс представляет собой динамичный лингвистический портрет общества, в котором отражаются актуальные ценностные ориентации, когнитивные установки и социальные практики; язык сети фиксирует процессы демократизации коммуникации, усиливает экспрессивность и проявляет те изменения, которые происходят в общественном сознании» [5, с. 12].

При анализе сетевых явлений языковая игра рассматривается как ключевой феномен. Так, Т.А. Гридина и С.С. Талашманов подчёркивают, что интернет-коммуникация выступает «территорией», где ярко проявляется лингвокреативная составляющая речевой деятельности: обмен сообщениями в сети сопровождается «игровыми, экспериментальными алгоритмами» формирования и употребления знаков, позволяющими выйти за пределы жёстких речевых стереотипов [6, с. 37]. Сети, по мнению других исследователей, превращаются в своеобразное «виртуальное карнавальное шествие», в котором комическое противоречие подхватывается, тиражируется и парадоксально переосмысливается, что приводит к появлению мемов и языковых шуток [1, с. 322]. Этому способствует непринуждённый характер онлайн-общения: в виртуальном дискурсе, – по мнению Е.С. Кубряковой, – действует негласное «правило» допустимости нарушения языковых норм [7, с. 85]. Эти идеи перекликаются с бахтинским понятием карнавальности языка, снимающим нормативные запреты и позволяющим переосмыслить привычные смыслы. Подход Е.С. Кубряковой акцентирует роль когнитивной активности говорящего в словообразовании.

Анонимность и свобода самовыражения в интернете создают условия для усиленной когнитивной активности, порождающей лингвистическое творчество. Как отмечает И.О. Козловская, подавляющее большинство неофеминитивов являются результатом демонстрации умений говорящих в словотворчестве с целью акцентирования эмоционально-оценочной составляющей высказывания и выражения, как минимум, иронического отношения к обозначаемому [8, с. 83]. Игровую природу таких образований подчёркивает и концепция «игровой функции» словообразования: игра со словами выполняет номинативную роль, но в ней присутствует намерение говорящего «поиграть» с формой речи, причём эта игра может быть шуточной, саркастической или ироничной [5, с. 48]. Таким образом,

в поле сетевой коммуникации язык постоянно рефлексивируется и иронизируется, а феминитивные суффиксы и формы становятся средством языковой игры и самопрезентации. Помимо чисто лингвистических источников, современные медийные исследования (например, наблюдения Л.А. Козловской, Е.В. Пугачёвой и др.) [8; 9] также указывают на то, что в неформальных дискурсах принципиальный барьер между «своим» и «чужим» словотворчеством размывается. Отметим также, что часть неофеминитивов начинает проникать в общелитературный круг, о чём свидетельствует их фиксация в словарях и вики-ресурсах [3, с. 2603].

Цель нашего исследования – выявить морфолого-семантические и функционально-прагматические особенности медийных неофеминитивов. Для достижения поставленной цели была проведена комплексная корпусно-контекстуальная выборка. Основными источниками данных послужили тексты из социальных сетей и форумов (ВКонтакте, Instagram, Twitter, Telegram-каналы, разделы «Ответы Mail.ru» и пр.), а также публикации в СМИ и в блогах. Критерием отбора служили формы с узнаваемыми суффиксами женскости (*-ш(а)*, *-ичк(а)*, *-есс(а)*, *-ин(я)*, *-к(а)* и др.), образованные от имен существительных мужского рода и обозначающие женщин. Общее количество собранных и проанализированных примеров неофеминитивов составило 130 единиц, выбранных из контекстов, охватывающих различные области деятельности (наука, медицина, образование, IT, сфера услуг и др.) [10, с. 56]. Такой объём выборки в предыдущих исследованиях использовался преимущественно для иллюстрации словообразовательных моделей; в данном исследовании он служит основой для комплексного анализа морфологических и функционально-прагматических особенностей неофеминитивов.

В анализе фактического материала были использованы следующие методы и приемы: метод лингвистического наблюдения и метод сплошной выборки, метод контент-анализа, словообразовательный, структурный, функционально-прагматический и количественный виды анализа.

В ходе анализа выбранных неофеминитивов удалось выявить как формальные морфемные свойства неофеминитивов, так и их коммуникативно-прагматические функции. Особое внимание уделялось стилистической окраске и оценочным нюансам: анализировалось, какую

риторику (иронию, самоиронию, сарказм, нейтральность) несут те или иные формы.

Принципы классификации и последовательность подачи типов в данном исследовании строятся на синтезе двух ключевых оснований. Первичным является формальный словообразовательный (морфемный) принцип, согласно которому неофеминитивы группируются по используемому суффиксу (*-ка*, *-ша*, *-ичк(а)*, *-есса* и др.). Вторичным, но необходимым для описания их функционирования в медийном дискурсе, выступает функционально-прагматический принцип, учитывающий доминирующую стилистическую окраску, оценочность и коммуникативные задачи, реализуемые каждой формой. Последовательность подачи и анализ этих типов определяется ориентировочной частотностью в исследованном материале – от наиболее распространенных и стабилизировавшихся в узусе к маргинальным и экспериментальным.

На основе собранного и проанализированного материала мы выделили пять основных словообразовательных типов неофеминитивов в сетевом дискурсе:

1) *-ка* (нейтральный и адаптивный вариант).

Суффикс *-ка* традиционно считается наиболее «естественным» и морфологически прозрачным способом образования женских наименований в русском языке. Исторически он использовался в разговорной и фамильярной речи (*училка*), однако в XXI в. наблюдается его активная ритуализация в рамках сетевой коммуникации и феминистского дискурса [11, с. 394].

В интернет-пространстве формы на *-ка* приобретают новые функции – не только номинативные, но и идентификационные. Так, в постах пользователей Twitter и Telegram встречаются следующие примеры:

– «*Наша редакторка поймала ошибку быстрее, чем ChatGPT*» (@litmedia, 2024) – нейтральное, институционально принятое употребление, отражающее закрепление феминитива в профессиональном контексте.

– «*Я программистка и горжусь этим. Да, так правильно – с феминитивом*» (@devgirls, 2025) – пример самоидентификации, где форма на *-ка* выступает как маркер принадлежности к сообществу женщин в IT.

– «*А что, 'физичка' вас пугает? Привыкайте – наука женского рода*» (форум Pikabu, 2023) – демонстрация иронической провокации, где использование формы становится высказыванием о правах и статусе.

– «Моя дизайнерка сегодня сотворила чудо с макетом – обожаю её чувство цвета!» (ВК, 2024) – пример спонтанного употребления без идеологической нагрузки.

Таким образом, формы с суффиксом **-ка** функционируют на трех уровнях прагматики:

– нейтрально-профессиональный – обозначение женщины в конкретной профессии (*редакторка, дизайнерка*);

– идентификационно-игровой – создание образа через самоиронию («Я программистка и горжусь этим. Да, так правильно – с феминизмом»);

– активистский – использование феминизма как элемента дискурсивного протеста («А что, 'физичка' вас пугает? Привыкайте — наука женского рода»).

Суффикс **-ка** выявлен в 57 единицах, что составляет около 44% от всей выборки (130 единиц). Интересно отметить, что формы на **-ка** часто конкурируют с аналогами на **-ша** и **-есса**, при этом воспринимаются носителями как менее стилистически маркированные.

2) **-ша** (иронизация и разговорная окраска).

Примеры: *геологша, инженерша, редакторша, айтишница/-ша* (иронический гибрид).

Суффикс **-ша** исторически имел несколько значений, но в современных словарях в основном интерпретируется как «женщина – представитель профессии». И.С. Улуканов называет такую тенденцию гибридным словообразованием ср.: В сетевом дискурсе эти неоминитивы чаще всего притянуты к заимствованным основам (особенно научно-технического характера), что придает неоминитиву непринуждённый характер за счет сочетания «своего» и «чужого» [12]. Е.А. Земская также называет такую тенденцию гибридным словообразованием ср.: «...новейший этап истории русского языка (конец XX – начало XXI вв.) характеризуются высокой активностью гибридного словообразования, т.е. производства слов, которые содержат и русские, иноязычные элементы (как коревые, так и аффиксальные)» [13 с. 157].

Проиллюстрируем эту тенденцию нашими примерами. Так, на странице сообщества «Типичный редактор» в VK пользовательница пишет: «*Редакторша во мне проснулась в три ночи и нашла опечатку в чеке*» – здесь суффикс **-ша** создаёт эффект самоиронии и дружелюбного самоописания. В этом контексте неоминитив становится языковым мемом, а не заявлением о гендере. Во многих случаях такие формы ис-

пользуются как языковой мем, а не как серьёзное обозначение гендера. Иллюстрирует характер суффикса и такой вывод А.А. Савиной: «лексемы на **-ша** ... если еще не входят в литературный язык, то уже не воспринимаются в нем как чуждые элементы» [14]. Неоминитивы типа *археологша, вулканологша, геологша, гинекологша* весьма частотны и встречаются в разных контекстах без резкой критики, что свидетельствует о стабилизации этих форм в сетевом обиходе [7, с. 33], например, «*Три скучающие домохозяйки: археологша на пенсии, жена викария и выгульщица собак...*» (ВК, 2025). На основе выборки 130 единиц общее число выявленных неоминитивов с суффиксом **-ша** составило 28 единиц. Это соответствует 22% от всей выборки, что подтверждает заметную продуктивность этого разговорного и иронического форманта в сетевой коммуникации.

3) **-есса** (эстетизация и игра с иностранным влиянием).

Суффикс **-есса** придаёт слову интонацию «элитарности» и отчасти подражает формам западных языков. Он особенно продуктивен в обозначениях медицинских и научных специальностей, напр.: «*астрологесса*» (от новость сайта Мел, 2021), «*биологесса*», «*кардиологесса*», «*проктологесса*» и т.д. [10, с. 54].

В сетевой коммуникации применение **-есса** часто сопровождается лёгким эффектом самопрезентации или иронии. Так, формула «*Моя психологесса говорит, что мне нужно учиться искать баланс между двумя этими стремлениями*» (ВК, 2022) показывает, что словообразование служит не только для маркировки пола, но и для стилистического эффекта, что создаёт эффект стилистической «прилизанности», подчёркивая принадлежность автора/авторки к сетевому креативу или к группе пользователей, ориентированных на языковую нестандартность [7, с. 84]. На особую сочетаемость использования форманта **-есса** обращает внимание и И.В. Фуфаева, ср.: «Только с нейтральными книжными (но не с разговорными) мотивирующими в узуальных словах сочетаются суффиксы существительных **-есс(а)** (*поэт – поэтесса, гранд – грандесса*)...» [15].

Отмеченную особенность ученый рассматривает на примере узуальных слов, но, как показывает анализ сетевого материала, эта тенденция сохраняется и применительно к неоминитивам: в выборке из 130 единиц суффикс **-есса** встречается в 22 (17%) случаях и выполняет преимущественно эстетизирующую и ироническую

функцию, придавая слову интонацию «элитарности» и стилистической «прилизанности». Эмпирический материал показывает: суффикс **-есса** функционирует в интернет-речи как сочетание номинативной и стилистической стратегии. Он даёт говорящему возможность пометить женщину в профессии и одновременно «подать» эту пометку так, чтобы вызвать эстетический/иронический эффект. Многие формы с **-есса** фиксируются в публичных постах, а некоторые (например, *комикесса*) уже зафиксированы в открытых лексикографических ресурсах, например «Однако Малая Бронная решила перебить звёздный дуэт нехилым ходом, пригласив на трагическую роль известную комикессу из «Ленкома» Олесю Железняк.» [16], что позволяет говорить о постепенной институционализации части этих форм в сетевой практике – хотя в официально-нормативной сфере они остаются спорными.

4) **-ичк(а)** (игра с уменьшительно-ласкательным эффектом).

Суффикс **-ичк(а)** придаёт форме более неформальную и даже «ласковую» интонацию. Примеры: «геронтологичка» (от «геронтолог») (от Telegram-канал, 2023), «астрологичка» (Pinterest профили-именования) и др.

Например, «Варсановьева тоже заслуживает добрых слов – это первая в мире геологичка, доктор наук, целую плеяду геологов воспитала...» (ВКонтакте). Такие модели часто используются в ситуативных шутках и мемах, где ласкательный суффикс смягчает феминистскую риторику. В нашей выборке выявлено 15 единиц неофеминитивов с этим суффиксом, что составляет около 12% от общего числа выборки – 130.

5) **-иня** (экспериментальная форма и дискурсивная провокация).

Суффикс **-ин(я)** исторически был непродуктивен и встречался лишь в устаревших титуловых формах (*богиня, княгиня*) [13, с. 158]. Однако в интернете он стал объектом языковой игры и своеобразным «дискурсивным провокаторм» [11, с. 317]. Примеры, доказывающие сказанное: *антропологиня, вулканологиня, гинекологиня, кинологиня, психологиня, стоматологиня*. В нашей выборке выявлено 8 единиц неофеминитивов с суффиксом **-иня**, что составляет 6% от общего числа 130 проанализированных форм. В дискуссиях на платформе VK часто встречается следующий пример: *Кинологиня зовет на прогулку собак и феминитивы*. Здесь нарушение привычности семантической однородности усиливает саркастическую окраску высказывания. Не менее любопытно сплетение **-иня** с

исконными профессиями: например: *учительиня* или *библиотекариня* встречаются крайне редко и воспринимаются как экстравагантные. Суффикс **-иня**, в неофициальном контексте служит, главным образом, для языковой провокации и подчёркивания необычности формы.

Полученное распределение словообразовательных типов приобретает особую значимость при сопоставлении с данными предшествующих исследований. Для проверки устойчивости выявленных тенденций и определения их места в более широком контексте развития феминитивов представляется необходимым провести диахроническую параллель между материалами 2010-х годов Е.В. Пугачёвой [9, с. 85] и данным исследованием (сравнение выборок 2010–2020 и 2020–2025 гг.). Такое сопоставление позволяет выйти за рамки статичного описания и выявить ключевые механизмы эволюции неофеминитивов в цифровой среде.

В выборке Е.В. Пугачёвой из 113 неофеминитивов распределение было следующим: 40 слов с **-ичка** (≈35%); 35 **-есса** (≈31%); 31 **-ша** (≈27%); 6 **-иня** (≈5%) и 1 **-уха** (≈1%). Это означает, что лидируют суффиксы, ассоциирующиеся с просторечной или разговорной окраской. Например, «геронтологичка» (от «геронтолог»), «астрологесса» (от «астролог»), «геологша» (от «геолог») и т. д. [9, с. 85].

Количественный анализ авторской выборки из 130 единиц позволил проследить распределение неофеминитивов по продуктивности суффиксальных типов и сопоставить его с результатами предыдущих исследований. В выборке 2020–2025 гг. распределение выглядит следующим образом:

- ка** – 57 примеров (≈44%);
- ша** – 28 примеров (≈22%);
- есса** – 22 примера (≈17%);
- ичка** – 15 примеров (≈12%);
- иня** – 8 примеров (≈6%).

Наиболее заметные изменения связаны с продуктивностью суффикса **-ка**. Если в выборке Е.В. Пугачёвой его доля не превышала 1 %, то в нашем материале он становится абсолютным лидером, охватывая 44 % всех примеров. Такой сдвиг указывает на переход от периферийного, экспериментального употребления к роли широко используемого и частично нормативного средства гендерно-маркированной номинации. Эти выводы коррелируют с наблюдениями Е.П. Буториной о становлении **-ка** как нового стандарта [3, с. 2602]; в отдельных корпусах социальных сетей (VK, Telegram, Reddit) формы

дизайнерка, блогерка, редакторка», – по подсчетам Е.С. Кубряковой, – составляют подавляющее большинство женских вариантов соответствующих наименований [7, с. 54].

Сопоставление также выявляет снижение продуктивности ранее ведущих формантов. Суффикс **-ичка** сокращает свою долю с 35 % до 12 %, что отражает переход этого форманта в функциональную нишу ситуативного юмора, фамильярности и намеренного стилистического понижения. Суффикс **-есса** снижается с 31 % до 17 % и всё более выступает как инструмент стилизации, иронии или «элитарной» самопрезентации. Суффикс **-ша** демонстрирует относительную устойчивость (уменьшение с 27 % до 22 %), что подтверждает её стабильную роль в разговорно-ироническом регистре. Маргинальный **-иня** сохраняет низкую частотность (≈5–6 %) и остаётся преимущественно средством языковой провокации; форма **-иха**, зафиксированная единично в ранних материалах, в текущей выборке не выявлена.

В совокупности эти количественные сдвиги отражают глубинное перераспределение функций и стилистических ниш феминитивных моделей в цифровом узусе. Доминирование форманта **-ка** указывает на переход от этапа языкового эксперимента и карнавальная игры к фазе прагматической нормализации и усвоения. В то же время специализированные суффиксы – **-ичка**, **-есса**, **-ша**, **-иня** – не исчезают из системы, а закрепляются за определёнными коммуникативными ролями и жанрами сетевого взаимодействия. Именно эта двойственная природа неофеминитивов – как утилитарного средства номинации и как ресурса языковой игры – наглядно проявляется в конкретных примерах сетевого дискурса.

В сетевом дискурсе можно наблюдать динамическое разделение: часть неофеминитивов функционирует как иронические игровые единицы, а часть – как реальные лексические новообразования, которые имеют шанс закрепиться в норме.

Наглядно игровой характер этой лексики иллюстрируют популярные изображения и мемы. Так, в одной картинке мужчина спрашивает: *среди вас есть доктор?* – и пять женщин отвечают соответственно: *Я докториха. Я докторесса. Я докторка. Я докторша. Я докториня* (livejournal.com, 2024). Весь набор вариантов явно предназначен для развлечения и парадоксальности. Другой пользователь в шутку выписал: *Феминитивы к медицинским специально-*

стям звучат особенно смешно: травматологи-ня, хирургиня, проктологесса, лорка, педиатрка» (Дзен, 2020), высмеивая избыточность разных суффиксов. Такие примеры показывают, что сеть превращает языковое образование в игру, а неофеминитивы – в смеховой ресурс.

Неофеминитивы выполняют несколько функций: лексическая новизна, самоирония и маркер гендерной или групповой идентичности. С одной стороны, эти слова помогают называть женщин там, где ранее отсутствовал привычный феминитив (в честь растущей роли женщин в профессиях). С другой – выбор необычной формы подчёркивает установку говорящего: нейтральный вариант либо игнорируется, либо заменяется декоративным или юмористическим. Так, одна респондентка в сети иронизировала над «перепиской» феминитивов: *не нравится – не используйте, но и другим не мешайте*. (Рамблер, 2019). Высказывание сразу можно понимать как пример дискурсивной игры: защитникам традиционных норм предлагается «не лезть» в забаву других, подчёркивая, что неофеминитивы – это прежде всего личный выбор.

В публикациях социальных сетей можно заметить два основных направления использования неофеминитивов:

- самоидентификация через игру: *Я программистка, а значит немного волшебница;*
- социальная провокация: *А что, вам не нравится феминитив 'физичка? Это ваша проблема.*

Такие высказывания демонстрируют смешение иронии и гендерной активности. Интернет становится площадкой, где обсуждение формы слова заменяет дискуссию о социальных ролях.

С точки зрения социальных исследований, применение неофеминитивов может служить маркером самобытности сетевого сообщества. Их чаще используют молодые активные участники дискурсов, ориентированные на расширение гендерных репрезентаций. Согласно наблюдениям Е.В. Пугачёвой, множество дериватов свидетельствует об объективной потребности обозначать женщину в разнообразных ролях, но и о спорности этой задачи: «Феминизация русского языка – процесс объективный, связанный с потребностью обозначить роль женщины... О существовании такой проблемы свидетельствуют... пучки производных» [9, с. 85]. В этом контексте неофеминитивы становятся языковым инструментом социальной игры: играя словами, пользователи высказывают отношение к норме,

к феминизму или демонстрируют принадлежность к «своим» в онлайн-среде.

Подытоживая сказанное, можно сказать, что неофеминитивы в интернете – это явный пример языковой игры в широком смысле: здесь «игра» понимается как свободное отклонение от нормы в духе народного карнавала. Пользователи намеренно комбинируют исконные и заимствованные морфемы, добиваясь стилистического эффекта. Деривационные эксперименты сопровождаются юмором, сарказмом, иронией: поэтому эти слова действуют не столько как полноценные обозначения, сколько как сигналы игрового, самоиронического высказывания. В итоге даже «нереализованные» новообразования (*кинология*, *дерматология* и др.) фиксируют лингвистическую проблему, показывая склонность русского языка к творческой переосмысленной номинации при столкновении «своего» и «чужого» (агентивных основ на *-лог* и маркированных суффиксов). Социально же широкое обсуждение феминитивов в сети говорит о том, что репрезентация женщин в языке уже выходит за рамки чисто нормативной дискуссии и становится полем общественной «языковой игры» с элементами идентичности [17, с. 76].

Неофеминитивы в Интернет-коммуникации функционируют как специфический «игровой» пласт языкового поведения. Их появление стимулируется сочетанием глубинных социальных причин (возросшей роли женщин в обществе) и прагматической ситуацией сетевой речи, где норма играет вторичную роль. Слова типа *айтишница* / *айтишница*, *филологесса*, *библиотекариня* и др. наглядно иллюстрируют ключевой механизм языкового творчества в сетевой коммуникации – гибридизацию, или сознательное слияние разнородных элементов. В таких формах происходит соединение «своего», эмоционально окрашенного или стилистически маркированного русского суффикса (*-иц(а)/-ша, -есса, -иня*) с «чужим», часто интернациональным корнем профессиональной лексики (*айтишн-, филолог-*) или, наоборот, придание экспериментального суффикса традиционной исконной основе (*библиотекар-*). Это удаление привычных коммуникативных барьеров между различными стилистическими пластами позволяет пользователям не просто номинировать женщину-профессионала, но и выразить творческий, оценочный замысел: иронию, самоиронию, стилизацию или дискуссионную провокацию. Таким образом, неофеминитив в подобных случаях становится не столько гендерным мар-

кером, сколько инструментом для конструирования особого коммуникативного тона и языковой идентичности. В русле идей Л. Витгенштейна о языковой игре и М.М. Бахтина о карнавальном начале любое отклонение от нормы осмысливается как «игра» со значением [11, с. 41] Это подтверждается и стилистическим анализом: неофеминитивы чаще всего несут лёгкую, ироническую или сниженную стилистическую окраску.

Таким образом, неофеминитивы – это не экстравагантность отдельных лингвистов или просто безграмотность авторов сети, а закономерное явление неологизации языка под влиянием интернета. Они выполняют роль ресурса языковой игры и самоидентификации, позволяя «поиграть» с половым маркированием профессий и тем самым продемонстрировать отношение к языковым нормам и гендерным вопросам. При этом включение «засевших» форм (например, из вики-проектов) указывает, что часть этих новообразований уже входит в активный словарный фонд. Исследование неофеминитивов в сетевых источниках показывает их стремительный рост и выявляет новые модели словообразования, характерные для языка интернет-общения. Широкий общественный резонанс вокруг этих форм говорит о том, что репрезентация женщин в языке выходит за рамки обычной дискуссии и становится полем общественной «языковой игры» с элементами гендерной идентичности.

Список источников

1. Гурова Е.К., Ломыкина Н.Ю. Карнавал в Сети: как формула протеста побывала мемом // Медиа-лингвистика. 2020. №7. С. 318–331.
2. Зауэр А.А. Феминитивы в русскоязычном интернет-пространстве // Ученые записки Новгородского государственного университета. 2020. № 2(27). С. 1–4.
3. Буторина Е.П. Феминитивы в узусе новых медиа // Филологические науки. Вопросы теории и практики. 2023. Т. 16. № 8. С. 2600–2606.
4. Тошович Б. Структура интернет-стилистики. М.: Флинта Наука, 2018. 492 с. С. 15.
5. Радбиль Т.Б., Рацибурская Л.В., Щеникова Е.В. Русский язык в интернет-коммуникации: лингво-когнитивный и прагматический аспекты : коллективная монография / Т. Б. Радбиль, Л. В. Рацибурская, Е. В. Щеникова [и др.]. М. : «ФЛИНТА», 2021. 328 с.
6. Гридина Т.А. Языковая игра в современной интернет-коммуникации: метаязыковой аспект / Т.А. Гридина, С.С. Талашманов // Политическая лингвистика. 2019. № 3(75). С. 31–37.

7. Кубрякова Е.С. Язык и знание: На пути получения знаний о языке. М.: Языки славянской культуры, 2004. 560 с.
8. Козловская Л.А. Неофеминитивы в СМИ и Интернете: коммуникативно-прагматический аспект / Л. А. Козловская // Прикладная лингвистика: наследие и современность: материалы II Международной научно-практической конференции, посвященной 85-летию филологического факультета Белорусского государственного университета, (г. Минск, 22–23 марта 2024 г.) Минск: Белорусский государственный университет, 2024. С. 82–87.
9. Пугачева Е.В. Неофеминитивы в интернет-коммуникации: образование, функционирование // Вестник АГУ. 2020. № 4 (267). С. 82–90.
10. Ильясова С.В., Пугачева Е. В. Феминитивность: от лексической к словообразовательной // Филологический класс. 2022. Т. 27. № 4. С. 54–66.
11. Бахтин М.М. Творчество Франсуа Рабле и народная культура средневековья и Ренессанса. М.: Художественная литература, 1990. 542 с.
12. Улукханов И.С. Мотивация в словообразовательной системе русского языка: 2-е изд., испр. и доп. М.: Азбуковник, 2009. 311 с. С. 210.
13. Земская Е.А. Активные процессы современного словопроизводства // Русский язык конца XX столетия (1985–1995): 2-е изд. / Отв. ред. Е.А. Земская. М.: Москва, 2000. 478 с. С. 157.
14. Савина А.А. Юристка и юрист: лингвист о будущем феминитивов и изменениях в языке URL: <https://www.wonderzine.com/wonderzine/life/life-interview/234057-alexander-piperski> (дата обращения: 01.11.2025).
15. Фуфаева И.В. Как называются женщины. Феминитивы: история, устройство, конкуренция. М.: АСТ: CORPUS, 2020. 304 с. С. 282.
16. Райкина М.А. Москва закулисная. Третий звонок. М.: Вагриус, 2005. 415 с. С. 83.
17. Бахаева Л.М. Гендерная проблематика в языкознании // Lingua-Universum. 2006. № 4. С. 72–77.
6. Gridina T.A., Talashmanov S.S. Language Game in Contemporary Internet Communication: The Metalanguage Aspect // Political Linguistics. 2019. №3(75). P. 31–37. (In Russ.).
7. Kubryakova E.S. Language and Knowledge: On the Way to Gaining Knowledge about Language. Moscow: Languages of Slavic Culture. 2004. 560 p. (In Russ.).
8. Kozlovskaya L.A. Neo-Feminatives in Media and the Internet: Communicative-Pragmatic Aspect / L.A. Kozlovskaya // Applied Linguistics: Heritage and Modernity: Proceedings of the II International Scientific and Practical Conference Dedicated to the 85th Anniversary of the Faculty of Philology, Belarusian State University (Minsk, March 22–23, 2024). Minsk: Belarusian State University, 2024. P. 82–87. (In Russ.).
9. Pugacheva E.V. Neo-Feminatives in Internet Communication: Formation, Functioning // Vestnik of AGU. 2020. №4(267). P. 82–90. (In Russ.).
10. Ilyasova S.V., Pugacheva E.V. Femininity: From Lexical to Word-Formation Level // Philological Class. 2022. Vol. 27, №4. P. 54–66. (In Russ.).
11. Bakhtin M.M. *The Work of François Rabelais and Popular Culture of the Middle Ages and Renaissance*. Moscow: Khudozhestvennaya Literatura, 1990. 542 p. P. 394. (In Russ.).
12. Ulukhanov I.S. *Motivation in the Word-Formation System of the Russian Language* / 2nd ed., revised and enlarged. Moscow: Azbukovnik. 2009. 311 p. P. 210. (In Russ.).
13. Zemskaya E.A. Active Processes of Contemporary Word Formation // *Russian Language at the End of the 20th Century (1985–1995)* / Chief Editor E.A. Zemskaya. 2nd ed. Moscow. 2000. 478 p. P. 157. (In Russ.).
14. Savina A.A. *Yuristka and Yuristets: A Linguist on the Future of Feminatives and Language Changes*. URL: <https://www.wonderzine.com/wonderzine/life/life-interview/234057-alexander-piperski> (accessed: 01.11.2025). (In Russ.).
15. Fufayeva I.V. *What Women Are Called. Feminatives: History, Structure, Competition*. Moscow: AST: CORPUS, 2020. 304 p. P. 282. (In Russ.).
16. Raykina M.A. *Moscow Behind the Scenes. The Third Call*. Moscow: Vagrius. 2005. 415 p. P. 83. (In Russ.).
17. Bakhaeva L.M. *Gender Issues in Linguistics* // Lingua-Universum. 2006. №4. P. 72–77. (In Russ.).

References

1. Gurova E.K., Lomykina N.Yu. Carnival on the Net: How a Formula of Protest Became a Meme // *Medialinguistics*. 2020. №7. P. 318–331. (In Russ.).
2. Sauer A.A. Feminatives in the Russian-Language Internet Space // *Scientific Notes of Novgorod State University*. 2020. №2(27). P. 1–4. (In Russ.).
3. Butorina E.P. Feminatives in the Usage of New Media // *Philological Sciences. Questions of Theory and Practice*. 2023. Vol. 16. №8. P. 2600–2606. (In Russ.).
4. Toshovich B. Structure of Internet Stylistics. Moscow: Flinta, Science, 2018. 492 p. P. 15. (In Russ.).
5. Radbil T.B., Ratsiburskaya, L.V., Shchenikova E.V. Russian Language in Internet Communication: Linguocognitive and Pragmatic Aspects: Collective Monograph / T. B. Radbil, L. V. Ratsiburskaya, E. V. Shchenikova [et al.]. Moscow: Flinta. 2021. 328 p. (In Russ.).

Информация об авторах

Ц. Чжан – аспирант кафедры русского языка для иностранных учащихся, преподаватель департамента восточных языков и культур. Институт филологии, журналистики и межкультурной коммуникации Южного федерального университета. 344010, г. Ростов-на-Дону, пер. Университетский, 93;

С.В. Ильясова – доктор филологических наук, профессор кафедры русского языка для иностранных учащихся. Институт филологии, журналистики и межкультурной коммуникации Южного федерального университета. 344010, г. Ростов-на-Дону, пер. Университетский, 93.

Information about the author

J. Zhang – PhD student of the Department of Russian Language for International Students, Lecturer at the Department of Oriental Languages and Cultures. Institute of Philology, Journalism and Cross-cultural Communication, Southern Federal University. 344010, Rostov-on-Don, Universitetskiy Lane 93;

S.V. Ilyasova – Doctor of Philology, Professor of the Department of Russian Language for International Students. Institute of Philology, Journalism and Cross-cultural Communication, Southern Federal University, 344010, Rostov-on-Don, Universitetskiy Lane 93.

Вклад авторов: все авторы сделали эквивалентный вклад в подготовку публикации.

Авторы заявляют об отсутствии конфликта интересов.

Contribution of the authors:

the authors contributed equally to this article. The authors declare no conflicts of interests.

Статья поступила в редакцию 10.11.2025; одобрена после рецензирования 01.12.2025; принята к публикации 10.12.2025.

The article was submitted 10.11.2025; approved after reviewing 01.12.2025; accepted for publication 10.12.2025.

Научная статья

УДК 81'42

doi: 10.18522/2072-0181-2025-124-180-188

**МНОЖЕСТВЕННОСТЬ И ВАРИАТИВНОСТЬ ПОДХОДОВ
К ИЗУЧЕНИЮ ТРОПА В АНГЛОЯЗЫЧНОМ ХИП-ХОП ДИСКУРСЕ**

Андрей Юрьевич Миронов

Южный федеральный университет, Ростов-на-Дону, Россия,

anmironov@sfnu.ru

Аннотация. Рассматриваются различные подходы к изучению тропа в тексте и дискурсе. Для наиболее объективного анализа был выбран экологический подход, объединяющий средства когнитивного и риторического подходов. Проведён анализ метафоры, метонимии и иронии на материале англоязычных хип-хоп текстов.

Определено, что важнейшими характеристиками тропа являются его жизнеспособность и общепринятость, а анализ этих характеристик становится возможным при использовании когнитивного подхода совместно с инструментами, предлагаемыми риторикой.

Ключевые слова: английский язык, дискурс, тип-хоп текст, троп, когнитивный подход, экологический подход, метафора, метонимия, ирония

Для цитирования: Миронов А.Ю. Множественность и вариативность подходов к изучению тропа в англоязычном хип-хоп дискурсе // Научная мысль Кавказа. 2025. № 4. С. 180–188.

doi: 10.18522/2072-0181-2025-124-180-188

© Миронов А.Ю., 2025