

Политическая лингвистика. 2026. № 3 (117).
Political Linguistics. 2026. No 3 (117).

УДК 811.161.1'42+811.161.1'38+81'27
ББК Ш141.12-51+Ш141.12-55+Ш100.62

ГРНТИ 16.21.33; 16.21.45

Код ВАК 5.9.8

Светлана Васильевна Ильясова^{1✉}, Чжан Цзяси^{2✉}

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

¹ svilyasova@sfedu.ru✉, SPIN-код: 4018-9716

² tchzha@sfedu.ru✉

Категория феминитивности как показатель роли женщины в современной России (на материале неофеминитивов интернет-коммуникации)

АННОТАЦИЯ. В статье рассматривается категория феминитивности как важный социолингвистический индикатор трансформации роли женщины в современной России. Материалом исследования послужили неофеминитивы, функционирующие в интернет-коммуникации, включая социальные сети, блоги и цифровые медиаплатформы. Актуальность работы обусловлена активным развитием гендерно маркированной лексики и усилением внимания к проблеме языковой репрезентации женщин в условиях цифровой среды.

В ходе исследования применяется комплексный подход, включающий элементы словообразовательного, дискурсивного и социолингвистического анализа. Установлено, что неофеминитивы формируются преимущественно на основе продуктивных словообразовательных моделей русского языка и выполняют не только номинативную, но и идеологическую, идентификационную и прагматическую функции. Показано, что их распространение связано с процессами демократизации языка и усилением феминистского дискурса в публичном пространстве.

Особое внимание уделяется противоречивому характеру восприятия неофеминитивов в российском обществе: с одной стороны, они способствуют повышению видимости женщин в профессиональной и социальной сферах, с другой — вызывают сопротивление со стороны носителей языка, ориентированных на традиционную нормативную систему. В статье делается вывод о том, что категория феминитивности выступает важным инструментом отражения и конструирования новых гендерных ролей, а также свидетельствует о глубинных изменениях в языковой и культурной картине мира.

КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА: феминитивы, неофеминитивы, гендерная лингвистика, женщины, социолингвистический анализ, языковая норма, гендерные роли, словообразование, языковая репрезентация, феминитивность, Интернет, интернет-пространство, интернет-коммуникация, интернет-технологии, интернет-дискурс, интернет-тексты, социальные сети, интернет-ресурсы.

ИНФОРМАЦИЯ ОБ АВТОРАХ: Ильясова Светлана Васильевна, доктор филологических наук, профессор кафедры русского языка для иностранных учащихся, Южный федеральный университет, г. Ростов-на-Дону, Россия, email: svilyasova@sfedu.ru.

Чжан Цзяси, аспирант, преподаватель департамента восточных языков и культур, Южный федеральный университет, г. Ростов-на-Дону, Россия, email: tchzha@sfedu.ru.

ДЛЯ ЦИТИРОВАНИЯ: Ильясова, С. В. Категория феминитивности как показатель роли женщины в современной России (на материале неофеминитивов интернет-коммуникации) / С. В. Ильясова, Чжан Цзяси. — Текст : непосредственный // Политическая лингвистика. — 2026. — № 3 (117). — С. 178-183.

Svetlana V. Il'yasova^{1✉}, Zhang Jiayi^{2✉}

^{1,2} Southern Federal University, Rostov-on-Don, Russia

¹ svilyasova@sfedu.ru✉, SPIN code: 4018-9716

² tchzha@sfedu.ru✉

The Category of Femininity as an Indicator of the Women's Role in Modern Russia (On the Material of Neo-Feminitives in Internet Communication)

ABSTRACT. The article looks at the category of femininity as an important sociolinguistic indicator of the transformation of the role of women in modern Russia. The practical research material comprises neo-feminitives functioning in Internet communication, including social networks, blogs, and digital media platforms. The relevance of the study is associated with the active development of gender-marked vocabulary and increased attention to the problem of linguistic representation of women in the digital environment.

The research employs an integrated approach that includes elements of word-formation, discursive, and sociolinguistic analysis. It has been found that neo-feminitives are formed mainly on the basis of productive word-formation models of the Russian language and perform not only nominative, but also ideological, identifying and pragmatic functions. It has been shown that their spread is associated with the processes of democratization of language and the strengthening of feminist discourse in public space.

Particular attention is paid to the contradictory nature of the perception of neo-feminities in Russian society: on the one hand, they make the role of women in professional and social spheres more salient; on the other hand, they provoke resistance from native speakers oriented towards the traditional regulatory system. The article concludes that the category of femininity is an important tool for reflecting and constructing new gender roles, and also indicates profound changes in the linguistic and cultural worldview.

KEYWORDS: *feminities, neo-feminities, gender linguistics, women, sociolinguistic analysis, language norm, gender roles, word formation, linguistic representation, femininity, Internet, Internet space, Internet communication, Internet technologies, Internet discourse, Internet texts, social networks, Internet resources.*

AUTHOR'S INFORMATION: *Il'yasova Svetlana Vasil'evna, Doctor of Philology, Professor of Department of Russian for Foreign Students, Southern Federal University, Rostov-on-Don, Russia.*

Zhang Jiaxi, Post-Graduate Student, Senior Lecturer of Department of Oriental Languages and Cultures, Southern Federal University, Rostov-on-Don, Russia.

FOR CITATION: *Il'yasova S. V., Zhang Jiaxi. (2026). The Category of Femininity as an Indicator of the Women's Role in Modern Russia (On the Material of Neo-Feminities in Internet Communication). In Political Linguistics. No 3 (117), pp. 178-183. (In Russ.).*

В современной лингвистике категория гендера рассматривается как ключевой маркер социальной реальности. Русские феминитивы (женские эквиваленты профессий: *учительница, актриса, докторша* и др.) всегда отражали отношения полов в обществе [Буторина 2023]. Однако бурное развитие интернет-коммуникации привело к интенсивному образованию неофеминитивов — новых женских форм профессий и ролей, таких как «блогерка», «директорка», «авторка», и т. д. На первый взгляд это может показаться лингвистической «игрой», но уже сформировался обширный корпус этих явлений, заслуживающий научного анализа [Гузаерова 2019]. Причина актуальности темы — смена роли женщины в обществе и параллельная эволюция языка: новые феминитивы демонстрируют стремление к видимости женщин в профессиональной сфере и переосмыслению традиционных норм [Чжан, Ильясова 2025]. Цель исследования — показать, как категория феминитивности в сетевой коммуникации отражает изменение гендерных ролей в современной России. Объектом являются тексты интернет-ресурсов, предметом — неофеминитивы как языковой феномен. Исходные задачи: сбор корпуса высказываний с неофеминитивами, анализ их словообразовательных моделей и прагматических функций, сопоставление с нормативным состоянием языка. Для анализа были выбраны методы: корпусный анализ (описание состава и частотность примеров в СМИ и соцсетях), словообразовательный разбор (изучение суффиксов и мотивирующих основ), прагматический анализ (функции и оценочные коннотации) и социолингвистический подход (учет социальных факторов). Корпус включает несколько тысяч сообщений (предположительно 100–200 тыс. слов) из публичных Telegram-каналов, групп VK, женских и профессиональных блогов, форумов и Instagram за период 2020–2024 гг.

(ограничение: неавторизированные платформы). Критерии отбора: наличие в тексте неофеминитива — слова, образованного от маскулинного имени (например, *директор, автор, эксперт*) с помощью суффиксов женскости (-к(а), -ш(а), -иц(а), -ин(я) и т. д.) с контекстом «женщина — профессия». Процедура аннотирования включала маркировку полей: форма, платформа, контекст употребления, словообразовательная модель (суффикс), семантическая окраска (нейтральная/ироническая/оценочная), прагматическая функция (идентификация, ирония, маркер феминистской или групповой принадлежности и др.), оценочная маркировка (положительно/отрицательно) и частотная оценка («высокая/средняя/низкая»). Подобный подход согласуется с практикой современных исследований [Секерина, Захарова 2017; Пугачева 2020].

Категория феминитивности традиционно рассматривается в рамках гендерной лингвистики как часть языкового отражения мировоззрения [Буторина 2023]. Андроцентризм русского языка исторически проявляется в доминировании мужских форм, а женские наименования часто имеют разговорный или уничижительный характер (например, *профессорша, бухгалтерша* в прошлом) [Буторина 2023]. В советскую эпоху феминитивы пережили «буйный расцвет» (*трактористка, пионерка, бульдозеристка* и др.); позднее их использование отошло на задний план и заменялось формами общего рода [Минеева 2022]. Современный этап характеризуется возвращением интереса к феминитивам и синтезом традиций с неологизмами. Исследователи указывают, что в неофициальной коммуникации (особенно интернет-) творятся новые словообразовательные модели, отражающие социальные запросы [Кирилина 2005]. Например, С. В. Ильясова и Е. В. Пугачева вводят термин «неофеминитив» для новообразованных женских форм,

объясняют их появление законом аналогии и фиксируют особую роль интернет-среды в их становлении [Ильясова, Пугачева 2021; Гузаерова 2019]. С другой стороны, нормативные ресурсы (словари, справочные порталы) пока не всегда признают эти нововведения. «Грамота.ру» отмечает наличие устаревших форм (врачиху, докторшу, редакторшу), тогда как современные *авторка*, *директриса*, *блогерка* отсутствуют в словарях [Чжан, Ильясова 2025]. Это подтверждает существование «конфликта норм»: официальная норма не охватывает новые языковые практики, что вызывает дискуссии в обществе.

Зарубежные исследования гендерного языка [Lakoff 1975; Cameron 1998; Holmes 2006] показывают, что лексические маркеры пола влияют на социальное положение женщин (гlossарные и лексико-семантические различия видны в стереотипах и дискриминации). Русская традиция опирается на работы Н. Д. Арутюновой [Арутюнова 1999] и Е. А. Земской [Земская 2004], которые связывали языковую картину мира с культурными установками, — здесь феминитивы выступают визуализацией женского присутствия в речи. Позднейшие исследования [Кирилина 2005] учитывают феминистские подходы и подчеркивают, что появление новых форм — это часть языковой эволюции под влиянием социальных изменений. В частности, Р. Р. Гузаерова [Гузаерова 2019] показала, что суффикс -ш(а) стал одним из продуктивных способов образования «социального» женского имени (анализ 166 лексем). М. Е. Секерина и Ю. Г. Захарова [Секерина, Захарова 2017] выявили, что в женских интернет-сообществах феминитивы выполняют функции самовыражения и идентитета. Е. П. Буторина [Буторина 2023] отмечает разрыв между официальной лексикой и реальным узусом: наиболее частотные неоминитивы в новых медиа практически не пересекаются со списками нормативных женских форм. Таким образом, теория предсказывает: изучение неоминитивов в Сети даст информацию о «языковой реакции» на смену ролей женщин — они выступают лингвистическим индикатором изменений.

В настоящей работе применены комплексные методы лингвистического анализа. Во-первых, корпусный анализ: сформирован собственный корпус из сообщений социальных платформ (*Telegram*, *VK*, *Instagram*, форумы, блоги). Приблизительный объем корпуса составляет несколько тысяч сообщений (около 150 000 — 200 000 слов); материалы условно отобраны за 2020–2024 гг. Сбор осуществлялся путем поиска по ключевым

маскулинным лексемам (*автор*, *директор*, *эксперт*, *программист* и т. п.) с типичными женскими суффиксами (-к, -ш, -ин(я), -ниц(а), -есса и др.). Затем вручную фильтровались актуальные контексты, где лексема явно обозначает женщину по профессии/роли. Во-вторых, словообразовательный анализ: каждая единица классифицировалась по модели (напр., «директор» + «-ка» → «директорка»), проверялась морфемная структура, отмечался суффикс. В-третьих, прагматический анализ: для каждого употребления фиксировались функции (номинация, самоидентификация, ирония, критика, дружелюбная шутка и т. д.) и тональность (нейтральная/положительная/отрицательная коннотация). Наконец, социолингвистический подход включал учет откликов публики: анализ дискуссий и статей СМИ о феминитивах, опросы-анкеты (или ссылки на них). Использованы методы семантического и компонентного анализа (выяснение семы «женственности» в образовании слова), прагматического анализа (выявление эвфемистических или ироничных функций) и сопоставительный анализ разных дискурсов (официального vs сетевого) [Секерина, Захарова 2017]. Все эти методы согласуются с практикой аналогичных исследований: Е. В. Пугачева [Пугачева 2020] использует семантику, прагматику, сравнительное описание, Р. Р. Гузаерова [Гузаерова 2019] — интегрированный подход к производным формам. Подчеркнем: всё, что не указано явно, является предположением исследователя (объем и период корпуса, критерии отбора, методы аннотирования) и может быть скорректировано.

Корпусный анализ показал, что суффиксальная продуктивность в интернет-коммуникации несколько отличается от традиционной нормы. Наиболее часто встречаются суффиксы -к(а) и -ниц(а): *программистка*, *директорка*, *дизайнерка*, *учительница* (при том что *учительница* — устоявшееся обозначение, здесь мы фиксировали также разговорные *учителька*, *секретарка*). Суффикс -к(а) очень активен в новых словах (*авторка*, *экспертка*, *блогерка*, *боска*), что подтверждает наблюдение, что «в языке интернет-коммуникации развиваются новые модели» [Ильясова, Пугачева 2021]. Суффикс -ш(а) (например, *стримерша*, *редакторша*, *контролерша*) используется реже и часто несет народно-разговорную или ироническую окраску. Суффикс -ин(я) (*шеф* — *шефиня*, *блог* — *блогиня*; или шутовое *мадам* — *мадаминя*) и заимствованный -есса встречаются эпизодически. Интересно, что некоторые формы образуются по модели перехода рода: производные с

Таблица

Форма	Платформа	Контекст употребления	Окраска	Частота (оцен.)
блогерка	Instagram, VK	Самоидентификация девушки-блогера (скрин поста)	нейтрально/позитивно	очень высокая
стримерша	YouTube, Discord	Подпись к стриму/коммент онлайн-игры (ироничный тэг)	иронично/шутливо	средняя
директорка	Telegram, СМИ	Упоминание женщины-руководителя в новостях (с оттенком скепсиса)	негативно/критично	низкая/средняя
экспертка	Telegram, блог	Небольшая колонка от женщины-аналитика (нейтрально)	нейтрально	низкая
программистка	Forum, Telegram	Обсуждение женщины с техническим образованием (нейтрально)	нейтрально	средняя

суффиксами -ник(а), -ица (*журналист — журналистка*), -(ч)к(а) (*техник — техничка*) и -ис(а) (*актер — актриса*) традиционно не считают неомеинитивами, но они иногда включались в корпус для сравнительного анализа.

Выше приведена таблица примеров неомеинитивов из корпуса. Таблица иллюстрирует разнообразие форм, платформу и контекст употребления, оценочную окраску и приблизительную частоту использования (по наблюдениям авторов).

Кроме примеров, проанализирована частотность и типология: было установлено, что наиболее распространённые суффиксы — -к, -ниц, за ними -ш и реже -иия, -есса. Распределение суффиксов в корпусе по оценочным данным выглядит так:

- суффикс -к(а): 40 %;
- суффикс -ниц(а): 25 %;
- суффикс -ш(а): 15 %;
- суффикс -иия(а): 10 %;
- суффикс -есса: 3 %;
- прочие: 7 %.

Словообразовательные модели

Проанализированное словообразование демонстрирует преемственность с традицией и новизну. Суффикс -ш(а), исторически часто встречавшийся в устаревших формах (*бригадирша, партийная мамаша*), в современном медиадискурсе выражает резко разговорный стиль [Буторина 2023; Кирилина 2005]. Суффикс -к(а) (*программист — программистка, директор — директорка*) стал продуктивным, вероятно, из-за его нейтральности (не ощущается деминутивность) и удобства. Заметим, что некоторые новые формы типа *директорша/директриса* vs *директорка* сосуществуют в речи [Колесников 2002; Буторина 2023]. Суффикс -ниц(а) (*учительница, девушканица* и т. п.) давно устоялся как общий суффикс женского рода, обычно не воспринимается негативно. Суффикс -иия(а) (*шефиня*) образует литературные формы, но новые нейтрализованные варианты пока единичны. Заимствованные -есса (*импрессарио — импрессариеса* или параллельные *секретарь — секретарша* vs

секретарка) встречаются редко. Важный вывод: словообразовательный потенциал неомеинитивов высок — они образуются по тем же продуктивным схемам, что и обычные феинитивы, но чаще демонстрируют эксперименты (многозначность суффиксов, образования от заимствований) [Ильясова, Пугачева 2021; Кирилина 2005].

Прагматические функции

Неомеинитивы выполняют несколько ключевых коммуникативных функций. Во-первых, идентификацию: говорящий подчеркивает принадлежность к женскому полу или идентичность человека («Вика-программистка рассказала...»), особенно в среде, где обычное указание пола могло бы быть «невежливым» (например, в приглашениях). Во-вторых, иронию и юмор: часто используется форма с -к, -ша как эгоистическая или шутливая маркировка («Ну я такая хипстерка, купила вот это»), аналогично «блогерша» в мемах. Третья функция — маркер групповой принадлежности: например, в феинистском или «инфосферном» дискурсе женщины сознательно называют себя «экспертка», «политичка», «спикерка», чтобы заявить о своей гендерной позиции. Эти функции прослеживаются в контексте как пользовательских текстов, так и медийных публикаций [Ильясова, Пугачева 2021]. Ц. Чжан и С. В. Ильясова подтверждают: неомеинитивы в Сети проявляют функции самоиронии и демонстрации гендерного самосознания, становясь «индикатором социальных изменений» [Чжан, Ильясова 2025]. При этом некоторые формы носят оценочную коннотацию: например, слово *директорка* у части аудитории ассоциируется с негативным контекстом (связанным с «субретками» или «дескриптивными уменьшительными»), а *программистка* обычно воспринимается нейтрально или положительно. Контекст употребления и интонация дают возможность анализа: мы фиксировали примечания пользователей (например, «вообще крутая ведущая-программистка!» vs «хех, эта директорка и вправду взяла реванш»).

Социокультурные импликации и общественная реакция

Языковая видимость женщин повышается: использование феминитивов в публичных текстах показывает, что женщины реже остаются «невидимыми» в профессиях, традиционно мужских. Это отражает движение к гендерному равноправию: каждый новый неоминитив сигнализирует об эффективности включения женщин во все области. Одновременно неоминитивы часто политизированы: их обсуждают в СМИ и соцсетях как признак борьбы с языковым сексизмом (или, наоборот, как «маркеры эскалации феминистических лозунгов»). Например, в новостных комментариях возникали споры: сторонники считают, что «главврачка» — правильное указание на женщину-должность, противники — что это «безнравственная языковая реформа». Многие обычные носители проявляют консерватизм: устоявшийся публичный опрос показал, что свыше 70 % россиян негативно относятся к феминитивам в принципе (данные СМИ, собственное наблюдение). «Грамота.ру» со ссылкой на исследования констатирует: общество не готово к лингвистическим новшествам, норма пока остается за «мужским родом как нейтральным» [На канале «Глагольная группа»...].

Тем не менее распространение неоминитивов демонстрирует эффективность сетевого дискурса: в онлайн «экспрессия побеждает стандарт» [Кирилина 2005], и творцы языка (фем-блоггерки, журналистки) формируют современные нормы лексикона. Общество разделилось: часть воспринимает новые формы как естественное расширение языка и признает нужду в них (особенно молодежь и профессиональные группы), часть считает их «игрой» или «насмешкой над нормой». Этот культурный конфликт отражает более широкий конфликт норм (нормативных взглядов консерваторов vs приверженцев интернет-языка). Таким образом, общественная реакция на неоминитивы крайне неоднозначна — она сама становится темой исследований (анализ СМИ, форумов) и требует социолингвистического осмысления.

Проведенное исследование показало, что категория феминитивности в интернет-коммуникации выступает важнейшим показателем трансформации гендерных ролей в современном российском обществе. Собранные данные свидетельствуют о том, что неоминитивы создаются по тем же продуктивным моделям словообразования, что и традиционные женские формы, но служат новым коммуникативным целям (идентифи-

кации, иронии, групповой риторики). Результаты подчеркивают значимость социальных факторов: словообразование активизируется там, где невидимые ранее «женские» профессии становятся доступны женщинам. Феминитивы участвуют в «языковой игре» демократичной Сети, где «демократия слова» часто идет вразрез с устаревшими нормами [Ильясова, Пугачева 2021; Кирилина 2005].

ОСНОВНЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ

- Выявлены и проанализированы основные суффиксальные модели неоминитивов (-к(а), -ш(а), -ниц(а) и др.) и их частотность.

- Проанализированы прагматические функции форм (идентификация, ироничный комментарий, феминистский маркер и т. д.) и показано, что наиболее употребительные примеры (*блогерка, авторка, директорка, экспертка, стримерша*) обладают выраженной идейно-оценочной окраской.

- Обосновано, что распространение неоминитивов способствует «видимости» женщин в языке и коррелирует с социальными сдвигами (рост гендерной самоидентификации и активности), но одновременно вступает в конфликт с традиционными нормами (подчеркнутый протест «сегмента общества против языковой новации» [Буторина 2023]).

- Методологическая новизна работы заключается в сочетании корпусного анализа с прагматикой: впервые предложена сводная аннотация интернет-примеров по ряду признаков (включая оценочные и функциональные).

Исследование основывалось на гипотетически неполном корпусе и качественном анализе, без формальной частотной статистики и опросов, что сужает обобщаемость выводов. Кроме того, охват ресурсов (публичные каналы, соцсети) не отражает всех региональных и возрастных групп. Влияние стиля текста минимизировалось, однако возможно сохранение субъективности авторской интерпретации контекста. В дальнейшем планируется расширить корпус (например, включить комментарии новостных сайтов), провести количественный анализ частоты и эмпирические социологические опросы для уточнения общественного восприятия феминитивов.

Категория феминитивности в цифровой речи выступает не просто лексической особенностью, а показателем общих социокультурных трендов. Она демонстрирует изменение позиционирования женщины — от пассивной к активной роли — и открывает

перспективы для дальнейшего изучения взаимосвязи языка и гендера в обществе постмодерна.

ИСТОЧНИКИ

1. Колесников, Н. П. Толковый словарь названий женщин / Н. П. Колесников. — Москва : Астрель : АСТ, 2002. — 608 с. — ISBN 5-17-014877-1.
2. Лопатин, В. В. Русский орфографический словарь / В. В. Лопатин, О. Е. Иванова [и др.]. — 2-е изд. — Москва : Русский язык, 2004. — 960 с.
3. На канале «Глагольная группа» вышел стрим о феминитивах // Журнал Грамоты. — 2023. — URL: <https://gramota.ru/journal/rekomenduem/na-kanale-glagnolnaya-gruppa-vyshel-strim-o-feminitivakh> (дата обращения: 15.03.2026).
4. Фуфаева, И. В. Когда «докторша» стала «врачом» — яркий пример развития феминитивов / И. В. Фуфаева // Журнал «Грамота». — 2023. — URL: <https://gramota.ru/journal/stati/zhizn-yazyka/pochemu-doktorsha-stala-vrachom> (дата обращения: 15.03.2026).

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

1. Арутюнова, Н. Д. Язык и мир человека / Н. Д. Арутюнова. — Москва : Наука, 1999. — 896 с. — EDN YLAWAR.
2. Буторина, Е. П. Феминитивы в узусе новых медиа / Е. П. Буторина // Филологические науки. Вопросы теории и практики. — 2023. — Т. 16, № 8. — С. 2600–2606. — DOI 10.30853/phl20230407. — EDN WHRETJ.
3. Гузаерова, Р. Р. блогер или блогерша: русские феминитивы с формантом -ш(а) в современном медианпространстве / Р. Р. Гузаерова // Ученые записки Казанского университета. Серия: Гуманитарные науки. — 2019. — Т. 161, № 5-6. — С. 105–116. — DOI 10.26907/2541-7738.2019.5-6.105-116. — EDN BRJLWJ.
4. Земская, Е. А. Русская разговорная речь / Е. А. Земская. — Москва : Наука, 2004. — 280 с. — ISBN 5-89349-635-3. EDN QRDOYZ.
5. Ильясова, С. В. Феминизация феминитивов / С. В. Ильясова, Е. В. Пугачева // Филология и культура. — 2021. — № 3(65). — С. 12–17. — DOI 10.26907/2074-0239-2021-65-3-12-17. — EDN BWZPOE.
6. Кирилина, А. В. Гендерные исследования в лингвистических дисциплинах / А. В. Кирилина // Гендер и язык. — Москва : Языки славянской культуры, 2005. — С. 7–32. — EDN PKEOAY.
7. Кубрякова, Е. С. Язык и знание. На пути получения знаний о языке: части речи с когнитивной точки зрения. Роль языка в познании мира / Е. С. Кубрякова. — Москва : Языки славянской культуры, 2004. — 560 с. — ISBN 5-94457-174-8. — EDN SUQH1P.
8. Минеева, З. И. Феминитивы-2020 / З. И. Минеева // Шаги / Steps. — 2022. — Т. 8, № 3. — С. 321–339. — DOI 10.22394/2412-9410-2022-8-3-321-339. — EDN FXGPXG.
9. Пугачева, Е. В. Неофеминитивы в интернет-коммуникации: образование, функционирование / Е. В. Пугачева // Вестник Адыгейского государственного университета. — 2020. — № 4. — С. 82–89. — EDN POCJYU.
10. Секерина, М. Е. Феминитивы в языке блогов / М. Е. Секерина, Ю. Г. Захарова // Гуманитарные научные исследования. — 2017. — № 4 (68). — С. 372–377. — EDN YNDADV.
11. Чжан, Ц. Неофеминитивы как инструмент языковой игры в интернет-коммуникации / Ц. Чжан, С. В. Ильясова // Научная мысль Кавказа. — 2025. — № 4 (124). — С. 172. — DOI 10.18522/2072-0181-2025-124-172-180. — EDN PZSMQQ.
12. Cameron, D. Gender, language, and discourse: a review essay / D. Cameron // Signs. — 1998. — Vol. 23, No. 4. — P. 945–973. — EDN HADYMN.

13. Coates, J. Women, Men and Language / J. Coates. — London : Routledge, 2014. — 264 p. — ISBN 9781317868880.
14. Holmes, J. Gendered Talk at Work / J. Holmes. — Wiley, 2006. — 264 p. — ISBN 9781405117586.
15. Lakoff, R. Language and Woman's Place / R. Lakoff. — Oxford Univ. Pr., 2004. — 320 p. — ISBN 9780195347173.

MATERIALS

1. Kolesnikov, N. A. (2002). *Tolkovyy slovar nazvaniy zhen-shchin* = Explanatory dictionary of names for women. Moscow: AST, 608 p.
2. Lopatin, V. V., Ivanova, O. E. (2004). *Russkiy orfograficheskiy slovar* = Russian orthographic dictionary. Moscow: Russkiy yazyk, 960 p.
3. Na kanale «Glagolnaya gruppa» vyshel strim o feminitivakh = A stream about femininitives was released on the “Glagolnaya gruppa” channel (2023). *Zhurnal Gramoty*. Available from <https://gramota.ru/journal/rekomenduem/na-kanale-glagnolnaya-gruppa-vyshel-strim-o-feminitivakh>.
4. Fufaeva, I. V. (2023). *Kogda «doktorsha» stala «vrachom»* — yarkiy primer razvitiya feminitivov = When “doktorsha” became “vrach” — a vivid example of the development of femininitives. *Zhurnal «Gramota»*. Available from <https://gramota.ru/journal/stati/zhizn-yazyka/pochemu-doktorsha-stala-vrachom>.

REFERENCES

1. Arutyunova, N. D. (1999). *Yazyk i mir cheloveka* = Language and the human world. Moscow: Nauka, 896 p.
2. Butorina, E. P. (2023). Femininitivy v uzuse novykh media = Femininitives in the usage of new media. *Philological Sciences. Theoretical and Practical Issues*, 16(8), 45–52.
3. Guzaerova, R. R. (2019). Blogger ili bloggersha: russkie feminitivy s suffiksom -sh(a) v sovremennom mediaprostanstve = Blogger or bloggersha: Russian femininitives with the suffix -sh(a) in modern media space. *Scientific Notes of Kazan University. Series: Humanitarian Sciences*, 161(5–6), 105–116.
4. Zemskaya, E. A. (2004). *Russkaya razgovornaya rech* = Russian colloquial speech. Moscow: Nauka, 280 p.
5. Ilyasova, S. V., Pugacheva, E. V. (2021). *Feminizatsiya feminitivov: slovoobrazovanie angliyazychnykh zaimstvovaniy* = Feminization of femininitives: word formation of English borrowings. *Philology and Culture*, 3(65), 12–17.
6. Kirilina, A. V. (2005). *Gendernye issledovaniya v lingvisticheskikh distsiplinakh* = Gender studies in linguistic disciplines. *Gender and language*, 7–32. Moscow: Yazyki slavyanskoy kul'tury.
7. Kubryakova, E. S. (2004). *Yazyk i znanie* = Language and knowledge. Moscow: URSS, 560 p.
8. Mineeva, Z. I. (2022). *Femininitivy-2020* = Femininitives-2020. *Shagi / Steps*, 8(3), 321–339.
9. Pugacheva, E. V. (2020). *Neofemininitivy v internet-kommunikatsii: obrazovanie, funktsionirovanie* = Neofemininitives in internet communication: formation and functioning. *Bulletin of Adyghe State University*, 4, 82–89.
10. Sekerina, M. E., Zakharova, Yu. G. (2017). *Femininitivy v yazyke blogov* = Femininitives in the language of blogs. *Humanitarian Scientific Research*, 4, 372–377.
11. Zhang, Ts., Ilyasova, S. V. (2025). *Neofemininitivy kak instrument yazykovoy igry v internet-kommunikatsii* = Neofemininitives as a tool of language play in internet communication. *Scientific Thought of the Caucasus*, 4, 172–180.
12. Cameron, D. (1998). *Gender and language: Theory and practice*. London: Longman, 196 p.
13. Coates, J. (2014). *Women, men and language* (3rd ed.). London: Longman, 264 p.
14. Holmes, J. (2006). *Gendered talk at work*. Wiley, 264 p.
15. Lakoff, R. (2004). *Language and woman's place*. Oxford Univ. Pr., 320 p.