

Научная статья

5.9.8. Теоретическая, прикладная и сравнительно-сопоставительная лингвистика

УДК 81'373.45

EDN RBQJTG

<https://doi.org/10.34216/1998-0817-2024-30-3-154-163>

КОНФЛИКТОГЕННЫЙ ПОТЕНЦИАЛ ГЕНДЕРНЫХ НЕОЛОГИЗМОВ АНГЛОЯЗЫЧНОГО ДИСКУРСА

Хатламаджиян Маргарита Аршалуйсовна, кандидат филологических наук, доцент, Ростовский государственный экономический университет (РИНХ), Ростов-на-Дону, Россия, Margarita22@yandex.ru, <https://orcid.org/0000-0002-3638-3256>

Аннотация. Современный этап развития общества отличается высокой динамичностью в силу культурной трансформации и усложнения социальных отношений. На вершине ценностного пространства находится стремление к уравниванию гендерных ролей и пропаганда полигендерной принадлежности. Лексика языка, несомненно, реагирует на стремительное развитие социума. Непрерывные социальные противоречия увеличили уровень напряжённости в обществе. Вследствие всецелого изменения культуры гендерных взаимодействий и выстраивания новой картины бытия мужчин и женщин острота гендерных противоречий стала проследиваться с особой очевидностью. Данная работа направлена на рассмотрение «рискогенных» неологизмов, анализ их конфликтогенного потенциала с выявлением оценочных сем и изучение особенностей гендерной стереотипизации. Исследование конфликтогенного потенциала гендерных неологизмов позволяет проследить социокультурный ритм трансформаций, изучить существенные особенности взаимодействия мужчин и женщин в конкретном историческом и культурном пространстве. Проведённый нами исследовательский анализ позволяет заключить, что гендерные неологические номинации возникают вследствие социального запроса, выступающего в роли основной движущей силы неологизации в языке. Непрестанная трансляция гендерно обусловленных социокультурных образов, визуализация маскулинной и феминной идентичности в языковом сознании, приписывание стереотипизированных социальных ролей выступают конфликтогенным фактором, способным активизировать большей частью негативную эмоциональную реакцию.

Ключевые слова: английский язык, гендер, неологизмы, гендерные стереотипы, маскулинитивы, феминитивы, гендерный конфликт, конфликтоген, семантика.

Для цитирования: Хатламаджиян М.А. Конфликтогенный потенциал гендерных неологизмов англоязычного дискурса // Вестник Костромского государственного университета. 2024. Т. 30, № 3. С. 154–163. <https://doi.org/10.34216/1998-0817-2024-30-3-154-163>

Research Article

CONFLICT-GENERATING POTENTIAL OF GENDER NEOLOGISMS OF ENGLISH-LANGUAGE DISCOURSE

Margarita A. Khatlamadzhiyan, Candidate of Philological Science, Rostov State University of Economics, Rostov-on-Don, Russia, margarita22@yandex.ru, <https://orcid.org/0000-0002-3638-3256>

Abstract. The current stage of development of society is characterised by high dynamism due to cultural transformation and the complication of social relations. At the top of the value space is the desire to equalise gender roles and the promotion of polygender affiliation. The vocabulary of a language undoubtedly responds to the rapid development of society. Continuous social contradictions have increased the level of tension in society. Due to a complete change in the culture of gender interactions and the construction of a new picture of the existence of men and women, the severity of gender contradictions began to be seen with particular clarity. This work is aimed at examining “risky” neologisms, analysing their conflict potential with the identification of evaluative semes and studying the features of gender stereotyping. Studying the conflict-generating potential of gender neologisms allows us to trace the sociocultural rhythm of transformations and study the essential features of the interaction between men and women in a specific historical and cultural space. Our research analysis allows us to conclude that gender neological nominations arise as a result of social demand, which acts as the main driving force of neologisation in language. The constant broadcast of gender-based sociocultural images, the visualisation of masculine and feminine identities in linguistic consciousness, and the ascription of stereotypical social roles act as a conflict-generating factor that can activate a mostly negative emotional reaction.

Keywords: English language, gender, neologisms, gender stereotypes, masculinitives, feminitives, gender conflict, conflictogen, semantics.

For citation: Khatlamadzhiyan M.A. Conflict-generating potential of gender neologisms of English-language discourse. Vestnik of Kostroma State University, 2024, vol. 30, no. 3, pp. 154–163 (In Russ.). <https://doi.org/10.34216/1998-0817-2024-30-3-154-163>

Обогащение словарного запаса любого языка новыми лексическими единицами – процесс естественный и закономерный, обусловленный различными факторами. Действие языковых и социальных факторов, несомненно, должно быть принято во внимание, поскольку истинные причины языковой эволюции кроются исключительно во взаимодействии этих аспектов. Процесс образования неолексем обусловлен внешними, или экстралингвистическими, факторами, играющими определяющую роль и влияющими на выбор способа обозначения денотата: словообразование или изменение значения существующего в языке слова [Степанова: 12].

Современный этап развития общества отличается высокой динамичностью в силу культурной трансформации и усложнения социальных отношений. На вершине ценностного пространства находится стремление к уравниванию гендерных ролей и пропаганда полигендерной принадлежности. Гендерные роли лишены универсального содержания, поскольку быть мужчиной либо женщиной не означает обладать отдельными природными качествами, а всего лишь предполагает выполнение предписанной социальной роли. В.В. Катермина трактует мужское начало как инициативное, динамическое, в то время как женское – рецептивное, страдательное, статическое [Катермина: 71].

В последние десятилетия в англоязычном коммуникативном пространстве наблюдается тенденция к возникновению неологизмов путем маскулинной маркировки лексем, которые либо выступают как гендерно нейтральные, либо отождествляются с категорией феминности. Одним из ярких трендов коммуникативного пространства стала тенденция к образованию *маскулинитивов* с усиленным оценочным смыслом, обусловленная нацеленностью феминистского дискурса на критику и деконструкцию социального устройства, в котором мужчина выступает основным носителем политической власти и морального авторитета.

Возросшая роль женщины в жизни общества способствовала образованию новых лексических единиц для репрезентации референта применительно к условиям окружающей действительности. Одним из заметных трендов коммуникативного пространства, связанного с общественной активностью женщин, изменением её статуса и популяризацией равенства возможностей для всех полов, стало широкое распространение *феминитивов* [Хатламаджиян: 159].

Данная работа направлена на изучение гендерных неологизмов, анализ их конфликтогенного потенциала, рассмотрение особенностей формирования гендерных стереотипов с выявлением оценочных сем.

Актуальность темы исследовательской работы детерминирована тем, что непрерывные социальные противоречия увеличили уровень напряжённости в современном обществе. В силу всецелой трансформации культуры гендерных взаимодействий и построения новой картины бытия мужчин и женщин острота гендерных конфликтов стала прослеживаться с особой очевидностью.

Изучение конфликтогенного потенциала гендерных неологизмов позволяет проследить социокультурный ритм трансформаций, изучить сущностные особенности взаимодействия мужчин и женщин в конкретном историческом и культурном пространстве. Вслед за В.Н. Кириллиной отметим, что гендерный конфликт является социокультурным феноменом общественного развития [Кириллина: 386].

Объектом исследования послужили английские гендерно маркированные неологизмы.

Предметом данной работы являются структурно-семантический и когнитивный аспекты изучения содержания гендерных неологизмов с выявлением свойственного конфликтогена.

Материалом исследования послужили лексикографические онлайн-словари: Cambridge Dictionary, Rice University Neologisms Database, Urban Dictionary, Word Spy. Общее количество проанализированных примеров составило 175 единиц. Критерием отбора гендерных неолексем явилось наличие содержательной или структурной гендерной маркированности, то есть в результате компонентного анализа лексического значения были определены соответствующие семы (для феминитивов – *woman, girl, female, mum, mom, mother, sister, wife, widow, lady, nanny*; для маскулинитивов – *man, boy, gay, dude, male, father, dad, brother, husband, son*), через экспликацию гендерного стереотипа выявлены маркеры конфликтогенного текста.

Приоритетными методами лингвистического анализа конфликтогенного потенциала гендерных неолексем выступают: метод контекстуального анализа, описательный метод, семантический анализ, метод когнитивно-дискурсивной интерпретации. Контекстуальный метод позволил установить ценностные особенности актуализации исследуемых гендерно маркированных неолексем. Описательный метод был применён с целью выявления отличительных свойств неологических единиц в англоязычном коммуникатив-

ном пространстве. Семантический анализ способствовал определению денотативных и оценочных особенностей рискованных неологизмов, а также выявлению их конфликтогена посредством изучения особенностей конструирования гендерных стереотипов, позволивших детерминировать национально-культурную коннотацию, роль мужчины и женщины в ценностно-смысловом пространстве современного этносоциума. Когнитивно-дискурсивный метод позволил сформировать концептуальную основу для осознания актуальных смыслов исследуемых неолексем в коммуникативном пространстве.

Отметим, что термин «гендер» в силу своей разнонаправленности и многоликости имеет множество дефиниций. В понимании специалистов в области межкультурной и кросс-культурной коммуникации гендер выступает в качестве социокультурного пола, который актуализируется через языковые и неязыковые средства [Кирилина 2000; Городникова 2002; Томская 2017]. Данное определение разделяет ряд отечественных и зарубежных исследователей, заостряющих внимание на следующих свойствах гендера: возможности его конструирования и использования как инструмента социального управления действительностью [Anderson 2019; Vessey 2019; Deriu, Fioredistella Iezzi 2020].

В рамках парадигмы научного знания гендер рассматривается и как конвенциональная категория, востребованность которой продиктована конкретными социально-экономическими и политическими запросами. Как подчёркивает М.В. Томская, возможно говорить о существовании определённой «моды» на гендер [Томская: 150]. Согласимся с мнением А.В. Кирилиной, утверждающей, что гендер отображает одновременно процесс и результат «встраивания» индивида в социально и культурно обусловленную модель мужественности или женственности, принятую в данном социуме на определённом историческом этапе [Кирилина: 28]. Гендер – феномен многоаспектный, что позволяет анализировать его с учётом стереотипных установок о распределении социальных функций в быту и профессиональной среде, а также принимая во внимание его конфликтогенный потенциал и способность провоцировать негативную эмоциональную реакцию. Под *конфликтогеном* понимается слово, вербальное или невербальное действие, инициирующее конфликтную ситуацию [Карповская: 17].

Трансформация традиционных мужских и женских ценностей, канонов маскулинности и феминности является неизбежным требованием временного континуума, вызывающим неотвратимое столкновение интересов. Усложнение социальных отношений во многом обусловлено гендерными стереотипами, предписывающими стандартные модели гендерного ролевого поведения.

Относительно определения гендерных стереотипов не существует единого мнения. В.В. Козлов и Н.А. Шухова предлагают сложную формулировку, фокусируя внимание на гендерных отношениях и интерпретируя гендерные стереотипы как социально сконструированные категории «маскулинности» и «феминности», которые подтверждаются поступками мужчин и женщин в зависимости от их идентичности и различным гендерным распределением внутри социальных ролей. Гендерные стереотипы поддерживаются психологическими потребностями человека вести себя в социально одобряемой манере, ощущая свою непротиворечивость [Козлов, Шухова: 21]. Стереотипные установки выступают эффективным инструментом социального управления гетерогенной целевой аудитории [Гусейнова: 61].

Развёрнутые и широкие дефиниции будем считать более точными. Полагаем, что при анализе гендерных стереотипов важно учитывать не только социальные представления, роли, качества, атрибутирующиеся мужчине и женщине, но и актуализировать культурно-символическую составляющую гендера. Гендерные стереотипы, с одной стороны, выступают в роли механизмов, поддерживающих внутреннюю стабильность и играющих роль защитников существующих порядков, с другой – представляют собой барьер для продуктивного коммуникативного взаимодействия.

Стереотипизация порождает гендерные конфликты в силу ряда причин. В первую очередь, гендерным стереотипам присущи эмоциональность и оценочность, отражающие, как правило, внутригрупповую систему жизненных ценностей. На этот факт обращает внимание и лингвист А.В. Зырянова, объясняющая данное явление «социальным восприятием языка» [Зырянова: 156].

Далее, принято считать, что гендерные стереотипы характеризуются стабильностью и нормативностью. Сеем, однако, предположить, что гендерные стереотипы не особо устойчивы и претерпевают изменения по мере трансформации социальных образов и представлений. Как подчёркивает американский исследователь Дж. Скотт, изменения в организации социальных отношений всегда соответствуют изменениям в репрезентациях власти [Скотт: 434]. Атрибутируемые характеристики мужественности и женственности всё более модифицируются. Их сущностное содержание корректируется исходя из социального запроса.

В данной работе мы будем придерживаться классификации гендерных конфликтов, предложенной Л.Г. Степановой и выделяющей внутриличностные, межличностные конфликты и конфликты на макроуровне [Степанова: 536].

Внутриличностные гендерные конфликты имеют разноразмерную систему:

– ролевой конфликт работающей женщины, актуализирующий переживания женщины относительно трудностей в совмещении нескольких ролей одновременно;

– конфликт боязни успеха, ассоциирующийся с утратой феминности и социальным неприятием. Как считает отечественный психолог Г.В. Турецкая, центр тяжести феномена находится не во внутриличностной сфере, а в контексте отношений и культуры в целом [Турецкая: 38];

– экзистенциально-гендерный конфликт, связанный с переоценкой жизненных ориентаций, поиском и обретением смысла своего бытия. Порождается гендерными представлениями о разной ценности и значимости семейных и профессиональных ролей для мужчин и женщин.

Межличностные гендерные конфликты подразделяются на:

– семейный конфликт, сопряжённый с внутрисемейным распределением обязанностей;

– конфликт в профессиональной сфере, обусловленный демонстрацией гендерных стереотипов относительно квалификации работника.

Конфликты на макроуровне отражают социальный конфликт, вызванный борьбой за интересы представителей обоих полов.

Через использование компонентного анализа лексических значений отобранных примеров нами будут выявлены отличительные свойства гендерных неологических единиц, определены денотативные и оценочные характеристики рискогенных неологизмов с декодировкой их конфликтогена и стереотипизации в контексте англоязычного коммуникативного пространства. Исследование позволило классифицировать гендерные неологизмы на 5 тематических групп на основе взаимосвязанных и взаимообусловленных коннотативных оттенков.

1. Тематическая группа «социальные роли»:

По причине многообразия семантических структур неолексем в рамках гендерного пространства «социальные роли» разделим отобранные лексические единицы на следующие подгруппы:

– «семья и родительство»:

Alpha earner (жена, которая зарабатывает большую часть дохода своей семьи); **momager** (мать, управляющая карьерой одного или нескольких своих детей); **birth striker** (женщина, которая решает не иметь детей, потому что обеспокоена тем, что население мира слишком велико); **do-it-herselfer** (женщина, предпочитающая самостоятельно справляться с домашними обязанностями без привлечения мужчины).

Проанализируем гендерную неолексему **Alpha earner**, подчёркивающую ломку гендерных стереотипов и изменившийся статус женщины в современ-

ном мире. Ожидается, что мужчины как кормильцы семьи несут основную ответственность за финансовое обеспечение семьи, в то время как обязанность женщины – ведение домашних дел, уход за детьми и создание домашнего уюта. Подобный стереотипный образ о мужчине ушёл в прошлое, что во многом обусловлено уравниванием гендерных ролей и манифестацией лидерских позиций женщин в семье и социуме. Рассматриваемый гендерный стереотип эксплицирует, однако, двойственность взглядов и не репрезентирует высокую степень согласия в обществе. Приведём пример:

“They call them the new alpha earners. They are women, they bring home America's bacon and they are set to take over.

– Joanna Walters, “America's alpha career women leave men at the kitchen sink”. (Word Spy)

Неолексема “Alpha earner” репрезентирует иерархичность, с одной стороны, и противопоставление мужчинам – с другой. Компонент “alpha” изначально связан с животным миром, где он обозначает лидера стаи. Применение данной лексемы к сфере заработка подразумевает соревновательность и иерархию, где женщины позиционируются как «доминирующие» в экономическом плане. Использование “alpha” в контексте “women” может быть также воспринято как противопоставление мужчинам, как попытка вытеснить их из «первенствующей» роли, что может вызывать негативную реакцию у мужчин, особенно тех, кто чувствует угрозу своей традиционной роли в обществе.

Выражение “they bring home America's bacon” манифестирует традиционный гендерный стереотип. Фраза “bring home the bacon” связывается с мужской ролью «кормильца». Применение её к женщинам может быть воспринято как попытка перехватить мужскую роль, что также может вызывать негативную реакцию.

В качестве усилителя гендерных стереотипов выступает ремарка “leave men at the kitchen sink”. Эта фраза не только акцентирует традиционный гендерный стереотип, но и несёт в себе уничижительный подтекст, представляя мужчин как неспособных к самостоятельности и зависящих от женщин.

Фраза “set to take over” несёт в себе агрессивный подтекст, в котором женщины представлены как «завоеватели», стремящиеся захватить власть.

Таким образом, в семантике проанализированного примера с неологической единицей “alpha earner” прослеживается межличностный конфликтогенный потенциал, указывающий на дифференциацию представлений об амбивалентности социальных ролей и призванный привлечь внимание к феномену новых женщин-лидеров.

– «профессия», «род деятельности»:

manny (няня-мужчина); **manbrarian** (мужчина, работающий библиотекарем); **ShEO** – she + CEO (женщина-руководитель).

Обратимся к неолексеме **manny**, манифестирующей мужчину в роли няни. Гендерной стереотипизации подвергается профессиональная успешность, являющаяся наиболее значимой социальной ролью для мужчины. В позиции няни принято рассматривать женщину ввиду приписываемых ей эмоциональных качеств, любви к детям, заботливости и нежности. Рассмотрим пример:

“Simon isn't a dad. He is a manny – the new name for young men who take care of other people's children for money. It is still rare to find guys on traditional nannying courses”. (Word Spy)

Этот текст, стремясь представить мужчин в новой роли «мужской няни», невольно усиливает существующие гендерные стереотипы, актуализируя нестандартную позицию мужчины, который занимается уходом за детьми. Подобная необычная ситуация может восприниматься как исключение из нормы. Фраза *“traditional nannying courses”* усиливает гендерную стереотипизацию в отношении женщины, демонстрируя её «естественную» роль в вопросе ухода за детьми. Следующим усилителем гендерного профессионального неравенства выступает замечание *“It is still rare to find guys on traditional nannying courses”*, подчёркивающее внутриличностный конфликтогенный потенциал рассматриваемой неологической единицы *“manny”*.

В семантике данной неолексемы усматривается гендерная асимметрия образа мужественности. Очевидно, что определённые профессии часто стереотипно приобретают гендерную маркированность. Маскулинности традиционно атрибутируются качества, коррелирующие с публичной сферой и статусной позицией мужчины.

– «социальная позиция», «феминизм»:

febfo (подруга-женщина, которая является членом группы друзей-мужчин); **leather spinster** (гетеросексуальная или асексуальная женщина, не состоящая в браке и не имеющая желания искать себе партнера); **womyn** (термин, используемый феминистками, которые считают, что наличие слова ‘man’ в слове ‘woman’ делает женщин подгруппой мужчин, поэтому они заменили букву ‘e’ на ‘y’); **mangina** (мужчина, который разыгрывает феминистскую программу или ненавидит других мужчин в пользу женских привилегий).

Интересным представляется рассмотрение неолексемы **womyn**, олицетворяющей представительницу радикального феминистического движения. Отметим, что сущностной особенностью радикального феминизма выступает его потенциальная конфликтогенность. Например:

“Have you seen that womyn? The way she snapped at those men made her look like a dragon!” (Urban Dictionary)

Неолексема *“womyn”*, на первый взгляд, может показаться простым описанием агрессивной женщины. Однако в её коннотации скрыт ряд элементов, которые могут быть восприняты как гендерно конфликтные.

Нестандартное написание *“womyn”* вместо *“woman”* может актуализировать феминистский подтекст и вызывать негативную реакцию у людей, не разделяющих феминистские ценности. Далее, анализируемая неологическая единица может быть воспринята как «отчуждение», как попытка отделить «новых» женщин от «традиционных».

Выражение *“snapped at those men”* репрезентирует женщину в роли агрессора и усиливает стереотип о женщине как эмоциональной и неконтролируемой особе. Подобное поведение у мужчины могло бы указывать на его уверенность и решительность, а у женщины рассматривается как агрессия. Налицо демонстрация двойных стандартов в оценке поведения мужчин и женщин.

Компонент *“dragon”* олицетворяет архетип женской мощи и рисует угрожающий образ женщины, усиливая стереотип о женщине как опасной и непредсказуемой личности.

Соответственно, стереотипизации подвергается образ женщины, принимающей на себя социально неодобряемые атрибуты маскулинности, а именно агрессивность и воинственность. Подобная стереотипизация отражает гендерный конфликт на макроуровне и имеет, безусловно, негативную оценку.

2. Тематическая группа «эмоциональное выражение»:

emo boy – emotional (парень, обладающий эмоциональным характером; обычно они немного женственны, выражают чувства совершенно открыто и не особо заботятся о том, насколько они «крутые», как это делают большинство обычных парней); **groomzilla** (мужчина, невротически одержимый планированием своей свадьбы).

Обратимся к гендерно окрашенной неолексеме **emo boy**. В эмоциональной сфере мужчин поощряют подавлять эмоции и проявлять стоицизм, в то время как женщин – быть более эмоционально выразительными. Приведём пример:

“Too shy to speak to her directly”, the emo boy watched the dancing object of his adoration from a darkened booth and reflected bitterly upon the futility of his love-life. (Urban Dictionary)

«Эмо» означает стиль в музыке и культуре, соотносящийся с чувствительностью, эмоциональностью, меланхолией, что традиционно характеризует женскую природу. Применение неолексемы *“emo*

boy” в отношении мужчины может быть воспринято как подчёркивание его слабости, неуверенности и неспособности на прямое общение с представительницей противоположного пола.

Фраза *“futility of his love-life”* подчёркивает неудачи *“это boy”* в любовных делах, что может быть воспринято как «несоответствие» традиционной мужской роли, где мужчине приписывается стереотипизированный образ успешного в отношениях человека. Данная фраза способна вызвать негативную реакцию у мужчин, чувствующих давление социальных ожиданий.

Очевидно, что в неолексеме *“это boy”* не просматривается бытующий в социуме стереотип о мужской эмоциональной устойчивости и хладнокровии. Напротив, эксплицируется внутриличностный гендерный конфликт с демонстрацией маскулинной чувствительности, тревожности и, как следствие, конструированием образа «неадекватного» мужчины.

3. Тематические группы «личностные качества» и «поведение»:

Alpha female (сильная, напористая женщина с красивой внешностью и превосходным интеллектом; она нравится мужчинам, а девушки с низкой самооценкой её ненавидят); **Alpha girl** (доминирующий член группы девушек; девушка, которая издевается над другими девочками); **bachelor** (неженатый мужчина, эгоистичный, бесчувственный и боящийся обязательств); **ball-buster** (женщина, которую мужчины считают пугающей или угрожающей; женщина, которая постоянно обвиняет мужчин или мужское общество в целом); **Beta male** (Бета-самец – мужчина, которому не хватает мужской энергии и который принимает женские черты; тот, кто не способен утвердить свое доминирование); **bridezilla** (будущая невеста, которая, планируя свадьбу, становится исключительно эгоистичной, жадной и несносной); **chavette** (девушка, которая всегда и везде предпочитает ходить в спортивном костюме и демонстративно пьёт на улице, употребляет наркотики, устраивает беспорядки; типичный подросток, желающий доказать всему миру, что он сделает всё вопреки родительскому приказу); **conversational puma** (человек, то и дело влезаящий в разговор с репликами «Да, я знаю!», «Я вам всегда это говорил!», что делает беседу крайне затруднительной); **female Simp** (чрезмерно покорная и послушная женщина, которая сделает всё ради внимания или одобрения мужчины, независимо от того, как это может повлиять на её собственное благополучие или самоуважение); **girlboss** (влиятельная и независимая женщина, занимающая высокое положение, которая эксплуатирует или злоупотребляет своей властью); **Karen** (уничижительный термин для чересчур требовательной и конфликтной

белой женщины с обострённым чувством права); **man child** (мужчина-ребенок, незрелый парень, который просто отказывается взростеть); **omega male** (мужчина, который с наименьшей вероятностью возьмет на себя доминирующую роль в социальной или профессиональной ситуации); **Sigma male** (Сигма-самец признает, что ему не нужна власть над другими, как того желает альфа-самец, а нужна только власть, чтобы контролировать себя и сохранять свою автономию от других; Сигма-мужчины часто прагматичны, но окружающие могут воспринимать их как отстраненных, параноидальных и скрытных); **toxic Soy boy** (женоподобный мужчина, чьи чувства слишком легко можно задеть); **valley girl** (малообразованная молодая девушка из богатой семьи, ставящая личные удовольствия превыше всего на свете); **woman child** (женщина-ребёнок, которая постоянно на эмоциях, ноет и жалуется; не берёт ответственность за свои действия и обвиняет других в своих ошибках).

Проанализируем гендерно окрашенную неолексему **man child**. Гендерной стереотипизации подвергаются личностные качества мужчины, традиционно не соотносящиеся с мужской идентичностью. Истинному мужчине приписываются лидерские качества, среди которых ум, сила, зрелость, способность принимать решения. Приведём пример:

“You'll never believe it, but that 30-year old uber-gamer man child who lives door to me finally got a job!” (Urban Dictionary)

Неолексема *“man child”* содержит в своей основе дискриминационную, уничижительную коннотацию по отношению к мужчине, описывая эмоционально незрелого и несамостоятельного человека. Фраза *“30-year old uber-gamer”*, в свою очередь, создаёт несерьёзный, непродуктивный образ мужчины, усиливая межличностный конфликт и общую пейоративную коннотацию неологической единицы.

Реплика *“finally got a job”* в рассматриваемом контексте приобретает саркастическое и пренебрежительное значение, обостряя отрицательное восприятие мужчины и его образа жизни.

Феминное гендерное «поле» зеркально репрезентируется в неолексеме **woman child**, описывая чрезмерно эмоциональную женщину, склонную к постоянным жалобам и перемене настроения. Например:

Person 1: *“This girl I work with complains ALL the time and is all emotion. I hope she gets upset and quits because her immaturity reminds me of high school.”*

Person 2: *“Wow, what a woman child!”* (Urban Dictionary)

Существует убеждение, что женщина, находящаяся во власти эмоций, не способна к рациональным, логическим рассуждениям. Выражение *“complains all the time and is all emotion”* лишь подтверждает по-

добный стереотип. Реплика *“her immaturity reminds me of high school”* указывает на детскость женщины, предполагая, что женщина «не созрела» и не способна к взрослому поведению. Подобные феминные атрибуты способны провоцировать межличностный конфликт.

Проанализируем следующую феминно окрашенную неолексему **Karen**, переосмысливающую в английской лингвокультуре образ белой женщины как символа добропорядочности. Однако с популяризацией мема «Карен» образ белой женщины начал олицетворяться с агрессией, подстрекательством к насилию, особенно против чернокожих мужчин. В качестве примера приводится убийство Дж. Флойда, произошедшее как раз после вызова полиции белыми женщинами. Рассмотрим примеры:

“Karen refuses to wear a face mask for her 5 minute trip to the supermarket during a pandemic. She harasses the workers, asks to see the manager and threatens to sue”.

“Karen complains that her favorite parking spot was replaced by a ramp for wheel chairs. She parks her car in the old spot anyway and shoots a vlog about it”. (Urban Dictionary)

Использование архетипа “Karen” как отрицательного обобщающего образа для всех женщин с определённым типом поведения упрощает реальность и не учитывает индивидуальность и разнообразие женщин.

Замечания *“refuses to wear a face mask”* и *“complains about parking spot”* представляют женщину как непослушную, эгоцентричную и не соблюдающую правила. Если бы речь шла о мужчине, то его поведение в аналогичной ситуации могло бы быть описано как «не согласный», «не убеждённый» или «имеющий своё мнение». Усматриваются двойные стандарты в оценке поведения мужчин и женщин.

Коллективное сознание склонно воспринимать женщину жертвенной, мягкосердечной. Подобная шаблонная репрезентация о феминности не коррелируется с образом конфликтной и жёсткой **Karen**, что приводит к обострению гендерного и в дополнение расового конфликта на макроуровне.

Обратимся к новообразованию **omega male**. Не стоит думать, что лишь женщина находится во власти «заданности» своей роли. Считается, что со стереотипом маскулинности мужчина олицетворяет стремление к достижению цели, доминированию. Несответствие этой роли и шаблонности поведенческого реагирования вызывает общественное порицание. Например:

“Ever seen William? He’s such an outcast”

“You mean an Omega male?”

“They’re just disgusting!” (Urban Dictionary)

Через образность второго компонента неолексемы **‘omega’** (последней буквы греческого алфавита) актуализируются гендерные трансформации, ведущие к трансформации гендерного неравенства. Подобная эксплуатация гендерных стереотипов ведёт к обострению межличностного коммуникативного взаимодействия, а также подчёркивает иерархичность в отношениях между мужчинами, где *“Alpha”* мужчины считаются «лучшими», а *“Omega”* мужчины – «худшими».

Использование лексической единицы *“outcast”* несёт в себе отрицательную коннотацию, представляя мужчину как «отверженного» и «не принятого обществом» индивидуума и придавая общую пейоративную коннотацию неологической единице *“Omega male”*.

Эмоциональное высказывание *“They’re just disgusting!”* выражает резкое неприятие и отрицательное отношение к *“Omega”* мужчинам, что воспринимается как нетерпимость к людям, не соответствующим традиционным гендерным нормам.

4. Тематическая группа «внешний вид»:

femiman (мужчина с очень женственной внешностью); **himbo** (мужчина с красивой внешностью, но с неразумным поведением и поверхностным характером); **metrosexual** (городской мужчина с сильным эстетическим чувством, который тратит много времени и денег на свой внешний вид и образ жизни); **tomboy** (женщина с мужскими характеристиками).

“She is always hanging around those dudes, i’ve never seen her in a tight jeans, why can’t she be just a little bit girly, she’s such a tomboy”. (Urban Dictionary)

Приведённый пример иллюстрирует несоответствие стереотипных представлений о женской внешности и модели поведения. Стандартизированному феминному образу приписывают нежность, покорность, хрупкость. Относительно внешнего вида женщина стереотипно ассоциируется с платьями, длинными волосами, формирующими цельный мягкий образ.

Выражение *“never seen her in a tight jeans”* подчёркивает отсутствие «женской» одежды в гардеробе женщины. Высказывание *“why can’t she be just a little bit girly”* расширяет негативный смысл неолексемы *“tomboy”*, усиливая стереотип о несоответствии женского гардероба нормам женственности. Подобное несоответствие может быть воспринято как «отрицание» женщины как женщины, как «неполноценность», «дефект» и отрицание её права на самовыражение. Устойчивые, сформированные воззрения на образ и модели поведения могут привести к противоречиям, снижающим уровень взаимопонимания на межличностном уровне.

5. Тематическая группа «возраст»:

failson (взрослый сын, безработный либо на частичной занятости, который живет со своими ро-

дителями и предпочитает проводить время за видеороликами); **manfant** (взрослый мужчина, ведущий себя как маленький ребенок); **perennial** (женщина немолодого возраста, демонстрирующая поведение молодой девушки).

Рассмотрим маскулинную неолексему **failson**:

“Welcome to the Failson hangout. This is the thread for Failsons. We are disappointments to our families, burdens on societies, and NOT jealous of our older sibling's nice houses and luxury automobiles. We have our computers, and frankly, that is enough!” (Word Spy)

Неолексема “failson” репрезентирует негативное убеждение по отношению к мужчине, предполагая, что он не способен на успех и достижения, что он неудачник и не оправдывает ожидания общества. Отрицательная оценочная коннотация рассматриваемой неолексемы интенсифицируется через выражения “disappointments to our families” и “burdens on societies”, предполагающие, что такие мужчины не способны к ответственности и не могут быть полезны для семьи и общества.

Реплика “NOT jealous of our older sibling's nice houses and luxury automobiles” указывает на отсутствие такого стереотипа маскулинности, как конкурентоспособность и желание достичь больших высот. Неспособность к реальной жизни и непродуктивность мужчины подобного склада подтверждается высказыванием “We have our computers, and frankly, that is enough!”. Социальные нормы указывают на то, что с возрастом мужчина должен стать самодостаточным, статусным, состояться как зрелая личность. Нарушение ожиданий препятствует восприятию стереотипизированной маскулинной идентичности и может привести к межличностным противоречиям в гендерном языковом сознании.

Проведённое нами исследование позволяет заключить, что гендерные неологические номинации возникают вследствие социального запроса, выступающего в роли основной движущей силы неологизации в языке. Непрестанная трансляция гендерно обусловленных социокультурных образов, визуализация маскулинной и феминной идентичности в языковом сознании, приписывание стереотипизированных социальных ролей выступают конфликтогенными факторами, способным активизировать большей частью негативную эмоциональную реакцию.

Содержание гендерных стереотипов обусловлено влиянием социального контекста. Дополнительный статус, возникающий у стереотипизируемой группы, подвергается корректировке, манифестируя тем самым зависимость общепринятых норм от характера социальных отношений между субъектом и объектом стереотипизации.

По результатам нашего исследования отметим, что гендерные неолексемы с компонентом лексико-

семантического поля «личностные качества» и «поведение» составляют наиболее многочисленную группу. Активное образование соответствующих гендерных неолексем, актуализирующих личностные и поведенческие штампы, связано, на наш взгляд, с использованием гендерных конструктов при выстраивании диалога в процессе межличностного взаимодействия в соответствии с ценностными ориентациями и аксиологической картиной мира участников коммуникативного акта. Стереотипы, репрезентирующие личностные и поведенческие характеристики, выступают продуктом естественных эмоциональных процессов, неизбежно приводящих к экспликации их конфликтогенного потенциала.

Перспективы дальнейшего исследования конфликтогенного потенциала гендерных неологизмов мы видим в более основательном и полиаспектном изучении способов манипулирования коллективным сознанием посредством гендерных стереотипов и выявлении путей преодоления этих условностей, препятствующих достижению гендерной толерантности.

Список литературы

- Городникова М.Д. Гендер в коммуникативной интеракции: доклады II Междунар. конф. «Гендер: язык, культура, коммуникация». Москва: МГЛУ, 2002. С. 70–76.
- Гусейнова И.А. Гендер как конфликтогенный фактор институциональной коммуникации // Вестник Московского государственного лингвистического университета. Гуманитарные науки. 2021. Вып. 11 (853). С. 59–74.
- Зырянова А.В. Неологизмы-заимствования в аспекте их семантики (на материале средств массовой информации) // Вестник Челябинского гос. пед. ун-та. Челябинск, 2006. № 6. С. 156–164.
- Карповская Н.В. О конфликтном дискурсе, лексических маркерах конфликтогенности и их когнитивно-прагматическом потенциале / Н.В. Карповская, И.Р. Абкадырова, И.И. Давтянц // Бюллетень гуманитарных исследований в междисциплинарном научном пространстве. 2022. № 1 (2). С. 14–25.
- Катермина В.В. Гендерный стереотип: особенности формирования и функционирования в языке и речи // Язык: категории, функции, речевое действие: материалы XI Междунар. науч. конф.; Государственный социально-гуманитарный университет. 2018. С. 71–73.
- Кирилина А.В. О применении понятия «гендер» в русскоязычном лингвистическом описании // Научн. докл. высш. шк. Филологические науки. Москва, 2000. № 3. С. 28–36.
- Кириллина В.Н. Гендерный конфликт в контексте глобальных социокультурных изменений // Безопасность Евразии. 2004. № 4 (18). С. 385–396.

Козлов В.В., Шухова Н.А. Гендерная психология: учебник для вузов. Москва: ИП Петросян, 2022. 296 с.

Петрова Р.Г. Гендерология и феминология: учебник для вузов. Москва: Юрайт, 2022. 207 с.

Прудникова Е.С. Категория гендера как объект изучения лингвистики / Е.С. Прудникова // Вестник КРАУНЦ. Гуманитарные науки. 2014. № 1 (23). С. 59–61.

Скотт Дж. Гендер: полезная категория исторического анализа // Введение в гендерные исследования / под ред. С. Жеребкина. Санкт-Петербург, 2001. Ч. 2. С. 405–437.

Степанова М.Д. Аспекты синхронного словообразования // Иностранные языки в школе. 1972. № 3. С. 3–13.

Степанова Л.Г. Введение в гендерную психологию: курс лекций. Москва: МПСУ; Воронеж: МО-ДЭК, 2012. 536 с.

Томская М.В. Изучение гендера как проявление «исследовательской моды» в российском языкознании // Язык и мода: сб. ст. / отв. ред. Н.Н. Трошина. Москва: ИНИОН РАН, 2017. С. 146–163. (Сер.: Теория и история языкознания).

Турецкая Г.В. Страх успеха: психологическое исследование феномена // Психологический журнал. 1998. № 1. С. 37–46.

Хатламджиян М.А. Особенности актуализации англоязычных неологизмов с семантическим компонентом «женщина» // Междисциплинарные аспекты лингвистических исследований: сб. науч. трудов. Краснодар: Кубанский государственный университет, 2024. С. 158–168.

Anderson C. Discourses of Ageing and Gender: the impact of public and private voices on the identity of ageing women. Birmingham, Palgrave Macmillan, 2019.

Deriu F., Fioredistella Iezzi D. Text Analytics in Gender Studies. Introduction. International Review of Sociology, 2020, vol. 30, no. 1, pp. 1-5.

Vessey R. Domestic work = language work? Language and gender ideologies in the marketing of multilingual domestic workers in London. Gender and Language, 2019, vol. 13.3, pp. 314-338.

References

Gorodnikova M.D. *Gender v kommunikativnoj interakcii: doklady II mezhdunar. konf. «Gender: yazyk, kul'tura, kommunikaciya»* [Gender in communicative interaction: reports of the Second International Conference “Gender: Language, Culture, Communication”]. Moscow, MGLU Publ., 2002, pp. 70-76. (In Russ.)

Gusejnova I.A. *Gender kak konfliktogennyj faktor institucional'noj kommunikacii* [Gender as a conflict-generating factor in institutional communication]. *Vestnik Moskovskogo gosudarstvennogo lingvisticheskogo universiteta. Gumanitarny'e nauki* [Bulletin of Mos-

cow State Linguistic University. Humanitarian sciences], 2021, vol. 11 (853), pp. 59-74. (In Russ.)

Karpovskaya N.V. *O konfliktnom diskurse, leksicheskix markerax konfliktogennosti i ix kognitivno-pragmaticheskom potenciale* [About conflict discourse, lexical markers of conflict potential and their cognitive-pragmatic potential]. *Byulleten' gumanitarny'x issledovanij v mezhdisciplinarnom nauchnom prostranstve* [Bulletin of Humanities Research in Interdisciplinary Scientific Space], 2022, no. 1 (2), pp. 14-25. (In Russ.)

Katermina V.V. *Genderny'j stereotip: osobennosti formirovaniya i funkcionirovaniya v yazy'ke i rechi* [Gender stereotype: features of formation and functioning in language and speech]. *Yazyk: kategorii, funkcii, rechevoe dejstvie: materialy XI mezhdunar. nauch. konf.* [Language: categories, functions, speech action: materials of the XI international scientific conference], *Gosudarstvenny'j social'no-gumanitarny'j universitet* [State Social and Humanitarian University], 2018, pp. 71-73. (In Russ.)

Kirilina A.V. *O primenenii ponyatiya «gender» v russkoyazychnom lingvisticheskom opisani* [On the application of the concept of “gender” in Russian linguistic description]. *Nauchn. dokl. vyssh. shk., Filologicheskie nauki* [Scientific report higher school, Philological sciences]. Moscow, 2000, no. 3, pp. 28-36. (In Russ.)

Kirillina V.N. *Genderny'j konflikt v kontekste global'ny'x sociokul'turny'x izmenenij* [Gender conflict in the context of global sociocultural changes]. *Bezopasnost' Evrazii* [Security of Eurasia], 2004, no. 4 (18), pp. 385-396. (In Russ.)

Khatlamadzhian M.A. *Osobennosti aktualizacii angloyazychny'x neologizmov s semanticheskim komponentom «zhenshhina»* [Features of the actualization of English neologisms with the semantic component “woman”]. *Mezhdisciplinarny'e aspekty lingvisticheskix issledovanij: sb. nauch. trudov* [Interdisciplinary aspects of linguistic research: collection of scientific papers]. Krasnodar, Kubanskij gosudarstvenny'j universitet, 2024, pp. 158-168. (In Russ.)

Kozlov V.V., Shuxova N.A. *Gendernaya psixologiya: ucheb. dlya vuzov* [Gender psychology: textbook. for universities]. Moscow, IP Petrosyan Publ., 2022, 296 p.

Petrova R.G. *Genderologiya i feminologiya: uchebn. dlya vuzov* [Genderology and feminology: textbook for universities]. Moscow, Yurajt Publ., 2022, 207 p. (In Russ.)

Prudnikova E.S. *Kategoriya gendera kak ob'ekt izucheniya lingvistiki* [The category of gender as an object of study of linguistics]. *Gumanitarny'e nauki* [Humanitarian sciences], 2014, no. 1 (23), pp. 59-61. (In Russ.)

Skott Dzh. *Gender: poleznaya kategoriya istoricheskogo analiza* [Introduction to Gender Studies], ed. by Zherebkina S. SPb., 2001, part 2, pp. 405-437. (In Russ.)

Stepanova M.D. *Aspekty` sinxronnogo slovoobrazovaniya* [Aspects of synchronous word formation]. *Inostranny`e yazy`ki v shkole* [Foreign languages at school]. Moscow, 1972, no. 3, pp. 3-13. (In Russ.)

Stepanova L.G. *Vvedenie v gendernuyu psixologiyu: kurs lekcij* [Introduction to gender psychology: course of lectures]. Moscow, MPSU; Voronezh, MODE`K Publ., 2012, 536 p. (In Russ.)

Tomskaya M.V. *Izuchenie gendera kak proyavlenie «issledovatel`skoj mody`» v rossijskom yazy`koznanii* [The study of gender as a manifestation of “research fashion” in Russian linguistics]. *Yazy`k i moda* [Language and fashion]: sb. st., ed. by N.N. Troshina. Moscow, INION RAN Publ., 2017, pp. 146-163. (Ser.: *Teoriya i istoriya yazykoznanija* [Ser.: Theory and history of linguistics]). (In Russ.)

Tureczkaya G.V. *Strax uspeha: psixologicheskoe issledovanie fenomena* [Fear of success: a psychological study of the phenomenon]. *Psixologicheskij zhurnal* [Psychological Journal], 1998, no. 1, pp. 37-46. (In Russ.)

Zy`ryanova A.V. *Neologizmy`-zaimstvovaniya v aspekte ix semantiki (na materiale sredstv massovoj in-*

formacii) [Neologisms-borrowings in terms of their semantics (based on the media)]. *Vestnik Chelyabinskogo gos. ped. un-ta* [Bulletin of the Chelyabinsk State. ped. university]. Chelyabinsk, 2006, no. 6, pp. 156-164. (In Russ.)

Anderson C. Discourses of Ageing and Gender: the impact of public and private voices on the identity of ageing women. Birmingham, Palgrave Macmillan Publ., 2019.

Deriu F., Fioredistella Iezzi D. Text Analytics in Gender Studies. Introduction. *International Review of Sociology*, 2020, vol. 30, no. 1, pp. 1-5.

Vessey R. Domestic work = language work? Language and gender ideologies in the marketing of multilingual domestic workers in London. *Gender and Language*, 2019, vol. 13.3, pp. 314-338.

Статья поступила в редакцию 01.05.2024; одобрена после рецензирования 16.06.2024; принята к публикации 09.09.2024.

The article was submitted 01.05.2024; approved after reviewing 16.06.2024; accepted for publication 09.09.2024.