

**Языки народов зарубежных стран (германские языки)**

Научная статья

УДК 37.016:811

DOI: 10.20323/2499\_9679\_2023\_1\_32\_120

EDN: RWTELQ

**Амбисемия и гендерный фактор (на материале современной немецкой интернет-прессы)**

**Иннара Алиевна Гусейнова<sup>1✉</sup>, Кристина Геннадьевна Никитенкова<sup>2</sup>**

<sup>1</sup>Доктор филологических наук, доцент, профессор кафедры лексикологии и стилистики немецкого языка, Московский государственный лингвистический университет, 119034, г. Москва, ул. Остоженка, д. 38, стр. 1

<sup>2</sup>Кандидат филологических наук, доцент кафедры грамматики и фонетики немецкого языка, Минский государственный лингвистический университет, Республика Беларусь, 220034, г. Минск, ул. Захарова, д. 21

<sup>1</sup>ginnap@mail.ru✉, <https://orcid.org/0000-0002-6544-699X>

<sup>2</sup>nikitsenkowa@mail.ru, <https://orcid.org/0000-0002-8555-2570>

**Аннотация.** В статье предпринимается попытка рассмотреть возникновение амбисемии на примере способов вербализации гендерного фактора в современной немецкоязычной интернет-прессе. Для анализа был выбран корпус текстов разных жанров, представленный на немецкоязычных интернет-ресурсах и ориентированный на гетерогенную целевую аудиторию. В ходе анализа языковых примеров основной акцент делается на роль контекста, обеспечивающего приращение смыслов к единицам нейтральной лексики. Для приращения дополнительных смыслов в интернет-коммуникации на немецком языке используется аналогия, словосложение и обобщенные понятия. При этом становится очевидным, что любая гендерно нейтральная лексическая единица, а также гендерно коннотированная лексема могут приобретать дополнительно оценочный компонент. Погружение лексемы, маркирующий гендерный аспект, в контекст приводит: а) к возникновению гендерной асимметрии, б) к гендерной симметрии, в) к нейтрализации гендерного фактора. Именно контекст позволяет превратить номинативный аспект в интерпретативный, реализуя тем самым амбисемию. Ключевую роль в процессе приращения смыслов и возникновения амбисемии играет коннотация. Последняя актуализируется в результате столкновения знаниевого компонента, представленного в немецком языке определенным набором лексических единиц и закреплённого нормами и правилами немецкого языка в кодифицированных источниках, с индивидуальными и обобщёнными представлениями об объекте реальной действительности у представителей немецкой лингвокультуры. Гендерный фактор, погруженный в контекст, выступает в роли стимула, порождающего цепочку ассоциаций и соответствующую реакцию у массового реципиента

**Ключевые слова:** гендер; амбисемия; интернет-пресса; приращение смыслов; аналогия; словосложение; обобщенные понятия

**Для цитирования:** Гусейнова И. А., Никитенкова К. Г. Амбисемия и гендерный фактор (на материале современной немецкой интернет-прессы) // Верхневолжский филологический вестник. 2023. № 1 (32). С. 120–128. [http://dx.doi.org/10.20323/2499\\_9679\\_2023\\_1\\_32\\_120](http://dx.doi.org/10.20323/2499_9679_2023_1_32_120). <https://elibrary.ru/RWTELQ>

***Languages of foreign countries (germanic languages)***

Original article

**Ambisemy and gender in modern german internet media**

**Innara A. Guseinova<sup>1✉</sup>, Kristina G. Nikitenkova<sup>2</sup>**

<sup>1</sup>Doctor of philological sciences, associate professor of the department of lexicology and stylistics of the german language, Moscow state linguistic university, 119034, Moscow, 38 Ostozhenka st., 1

<sup>2</sup>Candidate of philological sciences, associate professor, german grammar and phonetics department, Minsk state linguistic university, Republic of Belarus, 220034, Minsk, Zakharov st., 21

<sup>1</sup>ginnap@mail.ru✉, <https://orcid.org/0000-0002-6544-699X>

<sup>2</sup>nikitsenkowa@mail.ru, <https://orcid.org/0000-0002-8555-2570>

**Abstract** The present article considers different means of linguistic manifestation of gender in contemporary German Internet media with a view to tracing the origin and development of ambisemy meanings. The undertaken analysis relies on a corpus of German internet texts of various genres intended for different target audiences. The analysis is done with a special emphasis on the immediate context which underlies meaning augmentation in general and provides conditions for neutral words to acquire evaluative meanings, in particular. In German internet communication meaning augmentation is triggered by analogy, word composition and generalization. The analysis has shown that neutral lexical items, as well as gender marked ones, can acquire additional evaluative meanings. Employing a gender marked word in context leads to a) emergence of gender asymmetry; b) gender symmetry; c) gender neutralization. All in all, it is the context that converts nomination into interpretation, thus creating ambisemia. Connotation plays a key role in the process of augmenting meanings and the emergence of ambisemy. The latter is actualized as a result of colliding the knowledge component, represented in the German language by a certain set of lexical units and fixed by the norms and rules of the German language in codified sources, with individual and generalized ideas about the object of reality among representatives of German linguistic culture. The gender factor, immersed in the context, acts as a stimulus that generates a chain of associations and a corresponding reaction in the mass recipient.

**Key words:** gender; ambisemy; internet media; augmentation of meanings; analogy; composition; generalized concepts

**For citation:** Guseinova I. A., Nikitenkova K. G. Ambisemy and gender in modern German internet media. *Verhnevolzhski philological bulletin.* 2023;(1):120–128. (In Russ.) [http://dx.doi.org/10.20323/2499\\_9679\\_2023\\_1\\_32\\_120](http://dx.doi.org/10.20323/2499_9679_2023_1_32_120). <https://elibrary.ru/RWTELQ>

## Введение

В настоящем исследовании мы ставим перед собой цель рассмотреть функционирование гендерного фактора в современной немецкой интернет-прессе. Для изучения способов конструирования и репрезентации гендера в виртуальном пространстве мы полагаем целесообразным обратиться к понятию амбисемии, которую традиционно исследуют на материале славянских языков. Многие зарубежные ученые отмечают это явление как не присущее германским языкам. Данное утверждение стало стимулом для наших совместных изысканий – установить, насколько выдвинутое предположение соответствует сегодняшней немецкоязычной интернет-прессе. В свете вышесказанного остановимся ниже на двух важных для нашего исследования понятиях – гендера и амбисемии.

## Методы исследования

В настоящей работе мы придерживаемся комплексной методики, которая включает дискурс-анализ, контекстуальный анализ, а также элементы контент-анализа. Такая методика позволяет рассматривать гендер в контексте амбисемии с учетом номинативного и интерпретативного аспектов. Любое погружение лексемы в контекст создает условия для множественной интерпретации. Любое, на первый взгляд, нейтральное слово приобретает дополнительные смыслы. Последние позволяют использовать гендерный фактор в качестве механизма регуляции отношений в социуме.

## Результаты исследования

В ходе анализа номинативного и интерпретативного аспектов гендерного фактора нами установлена его амбивалентная сущность, которая заключается в возможности применения гендера для формирования как позитивной, так и негативной повестки дня в немецкоязычной интернет-прессе. При этом возможны три способа использования гендерного фактора. Для формирования негативной повестки применяется гендерная асимметрия, в то время как для создания позитивной повестки дня в немецкоязычной интернет-прессе используется гендерная симметрия и нейтрализация гендерного фактора. Специфика гендера позволяет рассматривать его в качестве инструмента регулирования социальными отношениями в электронных немецкоязычных СМИ.

## Понятие амбисемии

Многие ученые придерживаются в своих изысканиях определенных взглядов на слово, которое представляет собой уникальный феномен, соединяющий в себе два элемента – номинативный и интерпретативный. Принято считать, что номинативный аспект служит выполнению когнитивно обусловленных процедур: дает возможность распознать объект окружающей действительности, причислить его к классу схожих объектов и предметов, наименовать его с учетом характерных признаков и применять в коммуникативной ситуации, предполагая адекватную реакцию со стороны участника общения. Интерпретативный аспект служит порождению и одновременно распознаванию скрытых смыслов –

намерений автора сообщения, заключенных в языковую форму. Многие исследователи отмечают попытки преодоления разрыва между языком и его воплощением в речи через понятие амбисемии [Казак, 2019; Факторович, 2019; Плотникова, 2020; Ефремова, 2021]. При этом амбисемия определяется как «принцип конфигурации двух элементов значения единицы в системе языка: номинативного и интерпретативного» [Киклевич, 2016, с. 92]. Принято считать, что номинативный аспект представлен в языке и по этой причине носит «категорематичный характер» [Киклевич, 2016, с. 90], в то время как интерпретативный аспект поддерживает механизм реализации выводного знания (инференции), возникающего в ходе коммуникации, когда участники общения получают требуемую информацию из глобального контекста, воспринимают и анализируют ее, наполняя одновременно своими чувствами, переживаниями, наблюдениями и жизненным опытом. Ключевую роль в процессе порождения текста играет эмоциональное восприятие фактов окружающей действительности и ее интеллектуальная обработка при помощи разнообразных языковых средств.

Анализ гендерного фактора в текстах разной жанровой направленности свидетельствует о том, что его следует рассматривать в качестве инструмента управления социальной реальностью, представленной сегодня в разных видах пространства и типах среды. Принципиально важно, что гендерный фактор используется в конструктивных и деструктивных целях. Его можно применять для создания гендерно асимметричного, симметричного и нейтрального пространства. Для изучения способов вербализации гендера требуется многоаспектное описание интернет-дискурса, который сегодня является популярным объектом исследований [Мартьянов, Лукьянова, 2021; Доброва, 2022; Юдина, Селиверстова, 2022].

Многие современные ученые в процессе изучения специфики интернет-коммуникации выделяют ряд ее особенностей: 1) *метафоричность*, реализуемую преимущественно в виде когнитивных метафор, основанных на взаимодействии различных видов дискурса и отраслей знания. Отмечаются случаи взаимопроникновения спортивного и политического дискурса, медицинского и политического, юридического и рекламного и т. п.; 2) *лексическую контаминацию*, которая возникает в ходе словосложения и словостяжения, что приводит к появлению гибридных лек-

сем; 3) *устность*, возникающую в результате одновременного использования жаргонизмов, профессионализмов, молодежного сленга, порождающих двойной смысл и комический эффект. В научных изысканиях подчеркиваются на фоне вышеупомянутого также «фонетические и фонематические особенности общения в интернете; семиотические характеристики общения в интернете; язык интернет-медиа и интернет-литературы (сетературы)» [Ахренова, 2013, с. 25].

В этом смысле наше исследование представляется актуальным и востребованным и вносит вклад в теорию институциональной коммуникации, интернет-лингвистики и медиакоммуникации.

Многие современные исследователи справедливо отмечают, что в коммуникативное пространство электронной среды дает возможность производить структурирование на основе ключевого слова, которое позволяет конструировать его в соответствии с намерениями автора, например, в рамках корпусного подхода [Gorozhanov, Guseynova, 2020; Горожанов, Степанова, 2022]. Нередко в качестве такого объединяющего понятия выступает локус, который условно делится на локусы «национальные и интеркультурные; локусы цивилизации и природные топосы; реальные и виртуальные; интертекстуальные» [Кучина, 2016, с. 24]. На наш взгляд такой подход также применим к социально значимым понятиям и может быть экстраполирован на гендерный фактор.

### Понятие гендера

Гендер рассматривается нами как один из факторов, который способен поддержать развитие интернет-коммуникации как в конструктивном, так и в деструктивном русле. По этой причине в ряде случаев гендер следует рассматривать в качестве конфликтогенного фактора или как гендерный конфликт [Гусейнова, 2021; Иванов, Козлов, 2021].

Анализ гендерного конфликта проводится нами на материале немецкой интернет-прессы. При этом мы отмечаем, что вектор развития интернет-коммуникации в целом зависит от интенций, практических интересов, индивидуальных предпочтений и социокультурных параметров участников опосредованного общения. Напомним, что в СМИ в качестве конфликтогенных факторов наряду с гендером используются категория оценки и этнические стереотипы. В ряде

случаев возникновению гендерного конфликта способствует одновременное применение оценочной лексики, этнонимов, служащих уточнению по этническому признаку, экспрессивной лексики, служащей выражению эмоций. Сочетание различных конфликтогенных факторов способствует динамическому развитию вектора коммуникации в конструктивном и деструктивном русле соответственно. В этом смысле гендер как амбивалентная сущность во многом определяет характер общения, так как любая ситуация, содержащая гендерную асимметрию, способствует возникновению напряженности в ходе межличностного взаимодействия.

В коммуникативном пространстве интернета гендер присутствует в разных видах институционального дискурса. Нами отмечается интенсивное применение гендерного фактора в сфере маркетинга и рекламы, политики и СМИ [Anderson, 2019; Vessey, 2019; Deriu, Fioredistella Iezzi, 2020]. Основными коммуникационными каналами распространения гендерных отношений и стереотипов в немецкоязычном социуме выступает массовая художественная литература (киберлитература), традиционные (печатные) и новые (электронные) СМИ. Всплеск интенсивного применения гендера приходится на период становления и развития гендерной лингвистики, которая с развитием информационно-коммуникационных технологий получила возможность трансфера не только гендерных отношений, но и гендерных вариативностей.

В интернет-коммуникации, помимо перечисленных выше вербальных средств, существенную роль играют средства визуализации, подчеркивающие гендерную принадлежность участников общения. Нами отмечаются случаи гендерной асимметрии, связанной с преобладанием компонента мужественности или женственности; гендерной симметрии, характеризуемой равной представленностью лиц обоего пола; гендерной нейтрализации, когда акцент делается на предмете или объекте, а гендерный фактор носит фоновый характер или не представлен. Подчеркнем, что при реализации профессионального взаимодействия, независимо от типа среды и специфики институционального дискурса, предпочтение отдается групповым фото или изображениям, демонстрирующих присутствие как мужчин, так и женщин, а при продвижении потребительских товаров и услуг мы отмечаем тенденцию к использованию стереотипов женственности и мужественности в зависимости от спе-

цифики и качества продукта. Таким образом, для массовой интернет-коммуникации характерны как стратегия нейтрализации гендерного фактора, так и стратегия применения традиционных гендерных стереотипов и социальных ролей.

В справочной литературе гендер рассматривается преимущественно как «социокультурный пол» [Городникова, 2002; Кирилина, 2000; Томская, 2017], в словаре встречаются также такие сочетания, как *гендерные стереотипы, мужественность и женственность, гендерные роли, гендерный фактор, гендерный конфликт* и т. п. [Словарь гендерных терминов, 2002]. Такая вариативность формирует основание для интерпретации гендера в разных сферах и его применения в роли фактора, усиливающего или ослабляющего социальный, политический или экономический контекст. По этой причине его зачастую определяют как «конвенциональный идеологический конструкт» [Прудникова, 2014, с. 60]. Принято считать, что гендер необходимо изучать в междисциплинарном русле, учитывая его разные аспекты. Ведь гендер включает в себя не только социолингвистические, но и культурный и иные параметры, что позволяет конструировать его с учетом намерений заинтересованных лиц. В рамках нашего исследования нам представляется важным проследить функционирование гендерного фактора в немецкоязычной интернет-прессе, иными словами, установить, как и при помощи каких лингвистических средств осуществляется «языковое конструирование гендера в коммуникации» [Дежина, 2017, с. 78]. Сегодня наблюдается «разнообразие методологических подходов к изучению гендера в различных дисциплинах» [Томская, 2017, с. 151]. Многие исследователи справедливо подчеркивают динамический аспект гендерного фактора, который обусловлен его способностью к реализации в различных типах среды и разных видах институционального дискурса. Существует также «мода на гендер» [Томская, 2017, с. 150], которая во многом определяется социолингвистическими параметрами целевых аудиторий. Например, в мононациональных государствах, сохраняющих традиционное распределение социальных ролей мужчин и женщин в обществе, требует применения гендерных стереотипов и предполагает конвенциональное применение феноменов мужественности и женственности.

### Амбисемия и гендер в мировом интернет-пространстве

В немецкоязычной интернет-коммуникации наблюдаются тенденции взаимопроникновения различных видов институционального дискурса. Нередко в политическом дискурсе применяется маркетинговый инструментарий – брендинг, применение имиджеформирующих технологий, рекламных стратегий и т. п. Такое комплексное применение ресурсов институционального дискурса обусловлено стремлением к коммерциализации виртуального пространства, которое в дальнейшем позволяет информировать гетерогенные целевые аудитории о новых продуктах, предметах и объектах рекламы, новых услугах. Наиболее репрезентативно смешанные технологии представлены в ходе брендинга определенных торговых марок. Принято считать, что наиболее эффективно осуществляется продвижение товаров повседневного пользования, включая те товары и услуги, которые ориентированы на три целевые гендерные группы: а) женщины, выступающие в роли матери; б) женщины, которые ведут домашнее хозяйство и поддерживают традиционные семейные устои и ценности; в) деловые женщины, которые смогли сделать профессиональную карьеру и занять руководящие позиции в коммерческих организациях или государственных структурах, ср.: «‘mother’, ‘homemaker’, ‘ambitious career woman’» [Anderson, 2019, p. 27]. Однако все предлагаемые женские образы строятся с учетом красоты женского тела, ср.: «mass-mediated female body» [Ibidem, p. 26], с учетом желания женщин оставаться привлекательной в рамках тиражируемых и повсеместно предлагаемых социальных ролей. Этот факт присутствует и в анализируемом нами корпусе немецких текстов интернет-прессе.

В связи с тем, что гендерный аспект выступает в немецкоязычной прессе инструментом регулирования социокультурного взаимодействия обоих полов, то он одновременно играет эту же роль на рынке труда. При этом явным становится тот факт, в каких профессиях и отраслях экономики отдается предпочтение женщинам и какие области традиционно остаются «мужскими». Контент анализ текстов немецкоязычных СМИ, включая тексты объявлений о вакансиях и найме на работу, демонстрирует две ключевые тенденции: 1) стремление сохранить стереотипное представление о профессиональных компетенциях женщин; 2) стремление преодолеть гендерные

стереотипы и традиционное распределение социальных ролей в немецкоязычном социуме.

В немецкоязычных и иных СМИ для женщин преимущественно публикуются объявления, требующие навыков ведения домашнего хозяйства, ср. англ.: focus on the arena of domestic work [Vessey, 2019, p. 315]. Подчеркнем, что в объявлениях на немецком языке, когда речь идет об объявлениях на высокую должность в коммерческом секторе, указания на гендерный аспект отсутствуют. Нередко гендер «растворяется» в социокультурных и социолингвистических параметрах, что позволяет использовать его в качестве инструмента ограничения в профессиональной, социальной, бытовой и иных сферах человеческой деятельности.

### Амбисемия и гендер: способы приращения смысла в немецкой интернет-прессе

Для немецкой социальной сети с 2021 года стало актуально движение *MomToo*, поддерживающее женщин-матерей и разрушение социальных стереотипов о женщине, что привело к появлению «разоблачающих» публикаций, в которых эксплицитно заявлена тема дискриминации женщин.

В подтверждение наших теоретических изысканий приведем конкретные примеры из немецкой интернет-прессе, касающиеся социальных ролей женщин. Так в интернет-прессе встречаются следующие лексемы: *eine Superfrau / arbeitende Mütter / Mütter im Beruf*. Как отдельные лексемы или словосочетания они содержат в себе либо **нейтральную** оценку (*arbeitende Mütter / Mütter im Beruf*), либо **оценочный** компонент (см. *eine Superfrau*) – суперженщина **по аналогии** с суперменом (супермужчина), то есть женщина, способная воплотить одновременно несколько социальных ролей – быть матерью, добиться профессионального успеха и при этом оставаться привлекательной в глазах окружающих. Иная ситуация складывается, если данные понятия представлены в виде перечисления – *eine Superfrau / arbeitende Mütter / Mütter im Beruf*. В данном случае дополнительный смысл порождает ситуацию сравнения, а именно, какая гендерная роль является наиболее успешной – роль суперженщины, работающей женщины или женщины, работающей по профессии. См. контекст ниже: «*Obwohl sie im Grunde eine Superfrau sind, werden viele #arbeitende Mütter unbewusst dafür bestraft, dass sie Mütter sind. Ihre Chancen auf Beförderungen und Gehaltserhöhungen sinken.*»

Таким образом, одним из способов приращения смыслов, то есть реализации интерпретативного компонента, служит **аналогия**.

Обратимся к следующим примерам: *männerdominiert / Führungsetage*. Лексему *männerdominiert*, также как и сложное слово *Führungsetage* вне контекста можно рассматривать как способ реализации номинативного компонента амбисемии. Однако при одновременном употреблении обоих лексем *männerdominierte Führungsetage* возникает интерпретативный элемент, характеризующий гендерную ситуацию в руководстве, например, предприятия, государственной институции и др. Проблема множественной интерпретации преодолевается через контекст: *Die Politik zeigt sich zunehmend bemüht, die männerdominierten Führungsetagen von einer fairen Frauenquote zu überzeugen*.

При анализе интернет-прессы нами установлено, что например, лексема *ArbeitgeberIN* не встречается в проанализированных текстах, хотя существует в словарях „*Firma o. Ä., weibliche Person, die Arbeitnehmer im Arbeitsverhältnis beschäftigt*“. Общеупотребительная лексема *Arbeitgeber*, погруженная в контекст, маркирует ситуацию, которая в дальнейшем описывается как *männerdominierte Führungsetage*, становясь при этом гендерно маркированной и одновременно гендерно окрашенной (см. работы: О. Костарнова).

Анализ интернет-прессы свидетельствует о наличии профессий, где женщины представлены в абсолютном меньшинстве: *Ingenieur:in / Programmierer:in / Wirtschaftswissenschaftleri:innen / Jurist:innen*, см. контекст: «*dass es in manchen Branchen, etwa bei den Ingenieur:innen, weniger weibliche Fachkräfte gibt die gleiche Qualifikationen aufweisen wie die Männer, allerdings muss man weder Ingenieur:in noch Programmierer:in sein, um Entscheidungspositionen auszuüben*». Подчеркнем, что номинативный аспект слова носит нейтральный характер, а погружение в контекст порождает интерпретативный аспект, позволяющий увидеть реальную ситуацию – наличие / отсутствие женщин в управленческой команде. Таким образом, объективации гендерного фактора служит **контекст**.

Не менее значимую роль в репрезентации гендера в немецком языке играет **словосложение**, включая его вариации, которое, как и прежде, остается самым продуктивным способом расширения немецкого словаря. Итак, нейтральный характер лексем *Männer / Karriere / Gesell-*

*schaft* и реализация номинативного аспекта очевидны, однако, в результате их стяжения *Männer-Karriere-Gesellschaft* реализуется интерпретативный аспект, порождающий гендерный фактор, транслирующий гендерное неравенство в немецком социуме, см. контекст: *Wie wäre es, wenn wir die starren Muster der Männer-Karriere-Gesellschaft mehr hinterfragen würden*.

В качестве попытки преодоления интерпретативного аспекта следует рассматривать употребление в немецкой интернет-прессе так называемых **обобщенных понятий**, в которых обобщается собственно пол и гендер: *Fachkraft / Führungskraft*.

В ряде случаев гендер нейтрализуется за счет грамматических средств – через использование множественного числа существительных даже там, где это не требуется: *Delegierte (Pl.) / Befürworter (Pl.) / Gegner (Pl.) / Leser*. В данном случае осуществляется нейтрализация гендерного фактора, что позволяет минимизировать гендерный фактор и избежать избыточного интерпретативного аспекта.

**Демонстрацией** гендерного фактора, направленной на нейтрализацию интерпретативного аспекта, в ряде случаев служит употребление англо-американизмов, обозначающих движения за равноправие женщин, например: *Women Empowerment*, где *E* – создание условий для полноправного участия в жизни общества; обеспечение возможностей для реализации прав; *Female Leader(ship); Gender Empathy*, см. контекст: *Gender Empathy nutzt das komplementäre Potential von Diversität und gilt als Schlüssel für ein modernes und erfolgreiches Unternehmen*.

### Заключение

Гендерный фактор носит конфликтогенный характер, что способствует его амбивалентному применению в интернет-прессе. Гендер способствует трансляции традиционных и вариативных социальных ролей мужчин и женщин в обществе, распространению стереотипов, однако, вербализация гендерного фактора во многом обусловлена коммуникативно-прагматическими намерениями автора текста. В текстах немецкой интернет-прессы мы наблюдаем примеры гендерной асимметрии, симметрии, а также нейтрализации гендерного аспекта. Такая вариативная выраженность гендера достигается через амбисемию. Погружение гендерного фактора в контекст реализует интерпретативный аспект амбисемии, что превращает его в социальный инст-

румент управления поведением массового реципиента и формирования общественного мнения к событию или объекту окружающей действительности.

#### Библиографический список

1. Ахренова Н. А. Теоретические основы Интернет-лингвистики // Филологические науки. Вопросы теории и практики. Тамбов : Грамота, 2013. № 10 (28). С. 22–26.
2. Городникова М. Д. Гендер в коммуникативной интеракции // Доклады Второй международной конференции «Гендер: язык, культура, коммуникация». Москва, 22-23 ноября 2001. Москва : МГЛУ, 2002. С. 70–76.
3. Горожанов А. И., Степанова Д. В. Интерпретация художественного произведения: корпусный подход // Филологические науки. Вопросы теории и практики. 2022. Т. 15. № 1. С. 203–208.
4. Гусейнова И. А. Гендер как конфликтогенный фактор институциональной коммуникации // Вестник Московского государственного лингвистического университета. Гуманитарные науки. 2021. № 11(853). С. 59–74.
5. Дежина Т. П. Этапы становления концепта «гендер» в зарубежной и отечественной лингвистике // Филологические науки. Вопросы теории и практики. Тамбов : Грамота, 2017. № 4 (70): в 2-х ч. Ч. 1. С. 76–79.
6. Доброва М. С. Реализация функций фразеологических единиц в дискурсивном пространстве русскоязычного интернета // Русистика. 2022. Т. 20. № 2. С. 233–246.
7. Ефремова, Л. С. Проявление амбисемии и эврисемии в семантической структуре термина (на материале английской IT-терминологии) // Известия Саратовского университета. Новая серия. Серия: Филология. Журналистика. 2021. Т. 21. № 2. С. 155–160.
8. Иванов А. В., Козлов В. Е. Социокультурные аспекты гендерного конфликта в радикальных сетевых сообществах Рунета (по материалам полевого исследования) // Казанский педагогический журнал. 2021. № 4(147). С. 264–71.
9. Казак Н. А. Амбисемия и многозначность лингвистических терминов // Гуманитарная парадигма. 2019. № 4(11). С. 45–50.
10. Киклевич А. К. Притяжение языка. Т. 4. Языковая деятельность: семантические и прагматические аспекты. Олштын: Варминско-Мазурский университет, 2016. 372 с.
11. Кирилина А. В. Гендерные аспекты массовой коммуникации // Гендер как интрига познания. Москва : Рудомино, 2000. С. 47–80.
12. Комкова О. В. Атрибутивная сочетаемость маскулинных и феминных номинаций лица. Владимир : ВГУ, 2011. 186 с.
13. Костарнова О. С. Гендерные аспекты современной бытовой итальянской сказки // В книге: Наука без границ: синергия теорий, методов и практик. материалы Международной научной конференции / отв. ред. О. К. Ирисханова. Москва, 2020. С. 515–518.
14. Кучина С. А. Локативы: жанровая и структурная специфика = Locative narratives: genre and structural specificity // Филологические науки. Вопросы теории и практики. 2016. № 4/1 (58). С. 23–27.
15. Мартыанов Д. С., Лукьянова Г. В. Эмоциональная публичная сфера: поляризация паралингвистического интернет-дискурса // Вестник Московского университета. Серия 10: Журналистика. 2021. № 2. С. 25–48.
16. Плотникова А. М. Амбисемия как когнитивно-семантический феномен // Когнитивные исследования языка. 2020. № 2(41). С. 122–126.
17. Прудникова Е. С. Категория гендера как объект изучения лингвистики // Вестник Краунц. Гуманитарные науки. Петропавловск-Камчатский : Камчатский государственный университет им. Витуса Беринга, 2014. № 1. С. 59–61.
18. Словарь гендерных терминов / под ред. А. А. Денисовой; Региональная общественная организация «Восток – Запад: Женские Инновационные Проекты». Москва : Информация XXI век, 2002. 206 с.
19. Томская М. В. Изучение гендера как проявление «исследовательской моды» в российском языкознании // Язык и мода: Сб. статей / РАН. ИНИОН. Центр гуманитар. науч.-информ. исслед. Отд. языкознания; отв. ред. Н. Н. Трошина. Москва, 2017. С. 146–163.
20. Факторович А. Л. Общность и различия в лингвокогнитивном представлении амбивалентности // Новые горизонты русистики. 2019. № 7. С. 175–180.
21. Юдина Н. В., Селиверстова О. А. Хештег как единица интернет-дискурса: когнитивно-прагматический подход // Вопросы когнитивной лингвистики. 2022. № 3. С. 108–115.
22. Anderson C. Discourses of Ageing and Gender: the impact of public and private voices on the identity of ageing women. Birmingham : Palgrave Macmillan, 2019. 279 p.
23. Deriu F., Fioredistella Iezzi D. Text Analytics in Gender Studies. Introduction // International Review of Sociology. Vol. 30, No. 1. Rome : Routledge: Taylor & Francis Group, 2020. P. 1–5.
24. Gorozhanov A. I., Guseynova I. A. Korpusanalyse der Konstituenten Grammatischer Kategorien im Literarischen Text mit Berücksichtigung der Linguoregionalen Komponente // Журнал Сибирского федерального университета. Серия: Гуманитарные науки. Vol. 13. No 12. Красноярск : СФУ, 2020. P. 2035–2048.

25. Vessey R. Domestic work = language work? Language and gender ideologies in the marketing of multilingual domestic workers in London // *Gender and Language*. Vol. 13.3. Birkbeck : Equinox Publishing, 2019. P. 314–338.

### Reference list

1. Ahrenova N. A. Teoreticheskie osnovy Internet-lingvistiki = Theoretical foundations of Internet linguistics // *Filologicheskie nauki. Voprosy teorii i praktiki*. Tambov : Gramota, 2013. № 10 (28). S. 22–26.
2. Gorodnikova M. D. Gender v kommunikativnoj interakcii = Gender in communicative interaction // *Doklady Vtoroj mezhdunarodnoj konferencii «Gender: jazyk, kul'tura, kommunikacija»*. Moskva, 22-23 nojabrja 2001. Moskva : MGLU, 2002. S. 70–76.
3. Gorozhanov A. I., Stepanova D. V. Interpretacija hudozhestvennogo proizvedenija: korpusnyj podhod = Interpretation of a work of fiction: the corpus approach // *Filologicheskie nauki. Voprosy teorii i praktiki*. 2022. T. 15. № 1. S. 203–208.
4. Gusejnova I. A. Gender kak konfliktogennyj faktor institucional'noj kommunikacii = Gender as a conflict-generating factor in institutional communication // *Vestnik Moskovskogo gosudarstvennogo lingvisticheskogo universiteta. Gumanitarnye nauki*. 2021. № 11(853). S. 59–74.
5. Dezhina T. P. Jetapy stanovlenija koncepta «gender» v zarubezhnoj i otechestvennoj lingvistike = Stages of forming the concept of «gender» in foreign and Russian linguistics // *Filologicheskie nauki. Voprosy teorii i praktiki*. Tambov : Gramota, 2017. № 4 (70): v 2-h ch. Ch. 1. S. 76–79.
6. Dobrova M. S. Realizacija funkcij frazeologicheskikh edinic v diskursivnom prostranstve russkojazychnogo interneta = Functions of phraseological units in the discursive space of the Russian-speaking Internet // *Rusistika*. 2022. T. 20. № 2. S. 233–246.
7. Efremova L. S. Projavlenie ambisemii i jevriseemii v semanticheskoi strukture termina (na materiale anglijskoj IT-terminologii) = Manifestation of ambysemy and eurysemy in the semantic structure of the term (on the material of English IT-terminology) // *Izvestija Saratovskogo universiteta. Novaja serija. Serija: Filologija. Zhurnalistika*. 2021. T. 21. № 2. S. 155–160.
8. Ivanov A. V., Kozlov V. E. Sociokul'turnye aspekty gendernogo konflikta v radikal'nyh setevyh soobshhestvah Runeta (po materialam polevogo issledovanija) = Sociocultural aspects of gender conflict in radical online communities of Runet (based on field research) // *Kazanskij pedagogicheskij zhurnal*. 2021. № 4(147). S. 264–71.
9. Kazak N. A. Ambisemija i mnogoznachnost' lingvisticheskikh terminov = Ambysemy and multiple meanings of linguistic terms // *Gumanitarnaja paradigma*. 2019. № 4(11). S. 45–50.
10. Kiklevich A. K. Pritjazhenie jazyka. T. 4. Jazykovaja dejatel'nost': semanticheskie i pragmaticheskie aspekty = Attraction of language. V. 4. Linguistic activity: semantic and pragmatic aspects. Ol'shtyn : Varminsko-Mazurskij universitet, 2016. 372 s.
11. Kirilina A. V. Gendernye aspekty massovoj kommunikacii = Gender aspects of mass communication // *Gender kak intriga poznanija*. Moskva : Rudomino, 2000. S. 47–80.
12. Komkova O. V. Atributivnaja sochetaemost' maskulinyh i feminyh nominacij lica = Attributive compatibility of masculine and feminine face nominations. Vladimir : VGU, 2011. 186 s.
13. Kostarnova O. S. Gendernye aspekty sovremennoj bytovoj ital'janskoj skazki = Gender aspects of the modern Italian folk tale // *V knige: Nauka bez granic: sinergija teorij, metodov i praktik. materialy Mezhdunarodnoj nauchnoj konferencii / otv. red. O. K. Irishanova*. Moskva, 2020. S. 515–518.
14. Kuchina S. A. Lokativy: zhanrovaja i strukturnaja specifika = Locative narratives: genre and structural specificity // *Filologicheskie nauki. Voprosy teorii i praktiki*. 2016. № 4/1 (58). S. 23–27.
15. Mart'janov D. S., Luk'janova G. V. Jemocional'naja publichnaja sfera: poljarizacija paralingvisticheskogo internet-diskursa = The emotional public sphere: polarization of paralinguistic Internet discourse // *Vestnik Moskovskogo universiteta. Serija 10: Zhurnalistika*. 2021. № 2. S. 25–48.
16. Plotnikova A. M. Ambisemija kak kognitivno-semanticheskij fenomen = Ambysemy as a cognitive-semantic phenomenon // *Kognitivnye issledovanija jazyka*. 2020. № 2(41). S. 122–126.
17. Prudnikova E. S. Kategorija gendera kak ob'ekt izuchenija lingvistiki = The gender category as an object for studying in linguistics // *Vestnik Kraunc. Gumanitarnye nauki. Petropavlovsk-Kamchatskij : Kamchatskij gosudarstvennyj universitet im. Vitusa Beringa*, 2014. № 1. S. 59–61.
18. Slovar' gendernyh terminov = Dictionary of gender terms / pod red. A. A. Denisovoj; Regional'naja obshhestvennaja organizacija «Vostok – Zapad: Zhenskie Innovacionnye Proekty». Moskva : Informacija XXI vek, 2002. 206 s.
19. Tomskaja M. V. Izuchenie gendera kak projavlenie «issledovatel'skoj mody» v rossijskom jazykoznanii = Studying gender as a manifestation of the «research fashion» in Russian linguistics // *Jazyk i moda: Sb. statej / RAN. INION. Centr gumanit. nauch.-inform. issled. Otd. jazykoznanija; otv. red. N. N. Troshina*. Moskva, 2017. S. 146–163.
20. Faktorovich A. L. Obshhnost' i razlichija v lingvokognitivnom predstavlennii ambivalentnosti = Similarities and differences in the linguistic-cognitive repre-



sentation of ambivalence // *Novye gorizonty rusistiki*. 2019. № 7. S. 175–180.

21. Judina N. V., Seliverstova O. A. Heshteg kak edinica internet-diskursa: kognitivno-pragmaticeskij podhod = Hashtag as a unit of Internet discourse: a cognitive-pragmatic approach // *Voprosy kognitivnoj lingvistiki*. 2022. № 3. S. 108–115.

22. Anderson C. *Discourses of Ageing and Gender: the impact of public and private voices on the identity of ageing women*. Birmingham : Palgrave Macmillan, 2019. 279 p.

23. Deriu F., Fioredistella Iezzi D. *Text Analytics in Gender Studies. Introduction* // *International Review of Sociology*. Vol. 30, No. 1. Rome : Routledge: Taylor & Francis Group, 2020. P. 1–5.

24. Gorozhanov A. I., Guseynova I. A. *Korpusanalyse der Konstituenten Grammatischer Kategorien im Literarischen Text mit Berücksichtigung der Linguoregionalen Komponente* // *Zhurnal Sibirskogo federal'nogo universiteta. Serija: Gumanitarnye nauki*. Vol. 13. No 12. Krasnojarsk : SFU, 2020. P. 2035–2048.

25. Vessey R. *Domestic work = language work? Language and gender ideologies in the marketing of multilingual domestic workers in London* // *Gender and Language*. Vol. 13.3. Birkbeck : Equinox Publishing, 2019. P. 314–338.

Статья поступила в редакцию 09.12.2022; одобрена после рецензирования 26.01.2023; принята к публикации 16.02.2023.

The article was submitted on 09.12.2022; approved after reviewing 26.01.2023; accepted for publication on 16.02.2023.