

Специфика употребления агентивов (феминитивов и маскулинитивов) в современной российской медиасфере

Научный руководитель – Кара-Мурза Елена Станиславовна

Андросов Андрей Витальевич

Студент (бакалавр)

Московский государственный университет имени М.В.Ломоносова, Факультет журналистики, Кафедра стилистики русского языка, Москва, Россия

E-mail: androsov01@gmail.com

В условиях современной социальной повестки проблема функционала лексики в медиасфере становится всё более актуальной.

На фоне глобализации, актуализации лингвистического аспекта гендерного равноправия и увеличивающихся запросов общества на очищение языка от проявления сексизма гендерно-маркированная лексика приобретает гораздо более серьёзные семантические оттенки. В языке есть большая лексико-семантическая группа слов, обозначающая людей по их социальным ролям или статусам - агентивы. Поскольку люди как существа вида *Homo Sapiens* делятся на женщин и мужчин (современная наука говорит о спектральном характере полового диморфизма), постольку агентивы делятся на две подгруппы - маскулинитивы и феминитивы. Причем в русском языке первые чаще всего производны (и/или заимствованы из иностранных языков), а вторые производны и количественно уступают первым.

В современном глобализированном мире употребление или неупотребление феминитивов стало для общества выражением определённой гендерной политики касаясь вопросов равноправия, эмансипации, феминизма. Однако относительно феминитивов до сих пор не сформированы ни чёткая научная позиция по этому вопросу, ни единая установка в общественной языковой политике.

В частности, можно выделить три аспекта, обуславливающих сложность восприятия и использования всей группы агентивов в речи: социосемантический, стилистико-словообразовательный и информационный.

Социосемантический аспект отражает проблему андрогенности русского языка. В узуальных границах существуют и без проблем употребляются исторически возникшие феминитивы («учительница», «доярка», «балерина» и т.д.), свободно употребляемые в любых сферах общества: в повседневности, в профессиональной коммуникации, в медиaprостранстве. Однако теперь, когда эмансипация и установка на равноправие между людьми позволили женщинам работать в сферах, считавшихся ранее исключительно «мужскими», доминирование мужского рода в лексике русского языка стало явным. Это проявляется в отсутствии общепринятых феминитивов для слов, обозначающих такие должности или профессии, как «редактор», «доктор», «директор», «президент», «доцент» и т.д.

Информационный аспект обозначает проблему недостаточной ясности и информативности маскулинитивов в медиатекстах. Так, использование таких лексем, как «водитель» или «воспитатель», не даёт аудитории представления о поле участника медиасобытия как персонажа медиатекста. Подобная сложность часто порождает в СМИ высказывания, абсурдные с точки зрения семантики. К примеру, в программе «Время» на Первом канале была употреблена такая фраза: «воспитатель детского дома и ее супруг». Перед нами очевидная неясность конструкции, только предлог даёт возможность определить пол субъекта в данном случае.

Важную для решения проблему формирует и стилистико-словообразовательный аспект употребления агентивов. При образовании «новых» феминитивов путём суффиксальной деривации часто не учитываются и не признаются объективно существующие негативные коннотации суффикса -к («врачка», «блогерка»). Однако это относится и к «старым» агентивам с суффиксами -ш, -их («врачиха», «докторша»). Этот нюанс недостаточно рассматривается активистами и активистками, пытающимися насильно внедрить такие корреляты в структуру языка. Они не обращают внимания на то, что эта коннотация противоречит социальной сути агентивов - очищению языка от сексизма.

Рассматривая примеры из медиатекстов, мы можем предположить, что неоднозначность этого слоя лексики обусловлена ещё и отсутствием чёткой кодификации и фиксированных норм употребления подобных слов. «Любая грамматика современного русского литературного языка, любой его словарь есть не что иное как его кодифицирование» [1]. Именно поэтому можно рассмотреть решение проблемы агентивов через кодифицирование (с точки зрения лингвистической нормативности).

Все феминитивы, используемые в русской медиасфере, образованы суффиксальным способом от слов мужского рода при помощи аффиксов -к, -ш, -ин, -есс, -их, -щиц, -ниц, -иц и пр. Поскольку сейчас нет фиксации норм употребления гендерно-маркированных слов, они формируются по-разному (к примеру, кто-то образует слово «авторка», а кто-то «авторша»), что и приводит возникновению споров из-за семантической окрашенности.

Кратко разберём функциональное значение некоторых из основных аффиксов, участвующих в образовании феминитивов.

Аффикс -к «является наиболее популярным средством выражения словообразовательного значения феминитивности в современном русском языке» [2]. Формируется определённая словообразовательная модель: журналист-журналистка, артист-артистка и т.д. Чаще всего эта морфема используется в словах, где корни оканчиваются на -р или -ист.

Аффикс -ин или -ын формирует феминитивы в коррелятах, образованных от слов с корнем, оканчивающимся на -лог. Эта модель характерна для конструкций «филолог-филологиня», «зоолог-зоологиня» и т.д.

Заемствованный аффикс -есс используется в словообразовательных моделях образования феминитивов от слов мужского рода с корнем, окончание которого -т или -д. Например, стюард-стюардесса, поэт-поэтесса.

Исследование современных медиатекстов показывает отсутствие системности употребления морфем в гендерно-маркированной лексике, обостряющее социолингвистическое напряжение на просторах медиа. В разных странах и во всех сферах жизни общества актуализируется концепт пола человека (в западной науке используются взаимодополнительные термины «секс» и «гендер»). Поэтому важно систематически разрабатывать узловые границы гендерно-маркированной лексики в русской речи и грамотно, безболезненно для общества сформулировать культурно-речевые нормы для употребления феминитивов.

Источники и литература

- 1) Граудина Л.К., Ширяев Е.Н. Культура русской речи. М., 2001. 560 с.
- 2) Гузаерова Р.Р., Косова В.А. Специфика феминитивов в современном русском медиатексте // Филология и культура. 2017. № 4(50). С. 12-13.