

**ГЕНДЕРНАЯ НОМИНАЦИЯ ЧЕЛОВЕКА  
В АНГЛОЯЗЫЧНОМ НЕОЛОГИЧЕСКОМ ДИСКУРСЕ:  
КОГНИТИВНО-ПРАГМАТИЧЕСКИЙ АСПЕКТ**

В статье рассматриваются когнитивно-прагматические особенности гендерной номинации человека в англоязычном неологическом дискурсе. Проведенный анализ данных электронных словарей позволил выявить влияние неологизмов на ценности англичан. В основу анализа положены лингвистические, интерпретационные методы и приемы, позволяющие обобщить результаты человеческого познания, зафиксированные в английских неологических единицах языка, отражающих гендерную составляющую.

**Ключевые слова:** гендер; номинация; неологический дискурс; английский язык; когниция; прагматика; оценка.

The article deals with the cognitive and pragmatic features of the gender nomination of a person in the English neological discourse. The analysis of the data of electronic dictionaries made it possible to reveal the influence of neologisms on the values of the English people. The analysis is based on linguistic, interpretative methods and techniques that allow to generalize the results of human cognition recorded in English neological units of the language reflecting the gender component.

**Key words:** gender; nomination; neological discourse; English; cognition; pragmatics; evaluation.

Важность номинации, поиска вербального соответствия тому или иному факту действительности для познания окружающего мира и осознания себя в нем переоценить трудно. Человек понимает и осознает лишь то, что может адекватно назвать, и в зависимости от того, как называет, определенным образом воспринимает мир и себя как часть этого мира.

По утверждению отечественных лингвистов, «человек представляет собой центральное и универсальное понятие как в концептуальной, так и в языковой модели мира.

Наименование лица, как свидетельствует анализ его семантики и функционирования, занимает особое положение в системе языка, поскольку оно номинирует субъект языкового общения» [1, с. 6].

Современный подход к неологии предполагает её рассмотрение более широко – «как особой отрасли теории языка, которая изучает инновационные лингвистические, социолингвистические, психолингвистические и прагматические процессы на различных языковых уровнях, их взаимосвязь с социальными и технологическими изменениями, обуславливающими языковую динамику; как сложный процесс создания, идентификации и адаптации тех или иных новых лексических единиц в языковом сознании говорящих и для достижения большей экспрессивности устной и письменной речи» [2, с. 63-64].

Новые слова и выражения создаются в соответствии с отражённым в языковых нормах общественным менталитетом. Словотворчество имеет когнитивный характер – оно становится способом создания и отображения культурных концептов, категоризации элементов окружающего мира, создания порядка из беспорядка. Содержание неологизмов отражает степень познания человеком мира в период их создания, поэтому изучение неологизмов определённой эпохи позволяет сделать выводы о специфике познания [2, с. 73-74].

В настоящее время гендерные аспекты заняли весомое место в научных изысканиях различных отраслей гуманитарного знания, в том числе в гендерной лингвистике – дисциплине, в центре исследования которой находится гендер – «социокультурный конструкт, связанный с приписыванием индивиду определенных качеств и норм поведения на основе его биологического пола» [3, с. 2]. Гендерная лингвистика конкретизирует мысль Ю. С. Степанова о том, что «язык создан по мерке человека, и этот масштаб запечатлен в самой организации языка» [там же, с. 2], пытаясь доказать, что язык скроен по гендерной мерке человека, и наличие людей разного пола манифестируется в языке.

Материалом для исследования послужили электронные неографические источники.

Человеческое общество включает в себя два начала: мужское и женское. Мужское начало принято считать «более агрессивным, дерзким, сдержанным, а женское – более эмоциональным, хитрым, послушным. Отношение общества к мужчинам и женщинам, представления о мужских и женских качествах, их социальное поведение и взаимоотношения между собой переводят проблему пола из области биологии в сферу культуры и социальной жизни [4, с. 59].

Языковой материал позволил выделить неоминации, связанные с человеком, в структуре которых присутствуют компоненты «возраст», «семья», «социальный статус», «профессия». Подавляющее большинство анализируемых неологических единиц обладает компонентом «возраст» и «семья» (70%).

Так, среди фемининных неологизмов с семей «возраст» присутствуют единицы, в значении которых появляется дополнительных компонент «привлекательная внешность» (*booth babe* – ‘стендовый ребенок’ «an attractive young woman hired to stand at an exhibition booth to attract visitors»); «семейное положение» (*PANK* ‘женщина без детей, обожающая своих племянников и племянниц’ «a woman without children who dotes on her nieces and nephews [from the phrase professional aunt no kids]»), *birth striker* ‘женщина, которая предпочитает не иметь детей, потому что обеспокоена тем, что население мира слишком велико’ «a woman who chooses not to have children because she is concerned about the world’s population being too big; maternity tourist ‘беременная женщина, которая едет в другую страну специально для того, чтобы воспользоваться ее услугами по беременности и родам’ «a pregnant woman who travels to another country specifically in order to take advantage of their maternity services»); «профессиональное положение» (*air nanny* ‘воздушная няня’ «a woman whose job is to take care of a particular family’s children during a flight»), *momtern* ‘мамин срок’ «a woman who does work experience in a company with the aim of returning to paid employment after a period of staying at home with her children»).

Отметим единицы, называющие женщин среднего возраста, интересы и поведение которых похоже интересы и поведение молодых людей (*midult* ‘женщина на среднем этапе взрослой жизни, чьи интересы больше связаны с интересами молодых людей’ «someone, especially a woman, in the middle stage of adulthood who has interests more associated with those of younger people»); *perennial* ‘многолетний’ «a middle-aged woman whose behaviour, interests and attitudes are traditionally thought to be those of younger women»).

Возраст женщин также связан с насыщенным образом жизни, желанием стильно одеваться и веселиться (*Queenager* ‘женщина среднего возраста и старше, которая ведет насыщенную жизнь, стильно одевается и любит веселиться’ «a woman of middle age or older who leads a busy life, dresses stylishly and enjoys having fun»); *the Elastic Generation* ‘группа женщин в возрасте от 50 до 70 лет, которые обеспечены и имеют широкий круг интересов, которых рекламная индустрия рассматривает как потребителей, которые, вероятно, потратят много денег на продукты, путешествия и т. д.’ «the group of women aged between 50 and 70 who are well off and have a broad range of interests, seen by the advertising industry as consumers who are likely to spend a lot of money on products, travel etc.»).

Ключевая сема «семейное положение» в основном указывает на стиль воспитания (*tiger mother* ‘мать-тигрица’ «an ultra-strict mother who demands academic and behavioural excellence»), *momager* ‘мать-менеджер’ «a mother who manages the career of one or more of her children»), *momtune* ‘сообщество матерей’ «a group of mothers who live together with their children, sharing possessions and responsibilities»).

Отдельно выделим неологические единицы с дополнительным компонентом «привлекательная внешность» (*momshell* ‘привлекательная мама’ «a very attractive and glamorous new mother, usually a celebrity»), «профессиональный компонент» (*mumblogger* ‘мать, которая ведет блог на темы, интересующие других матерей’ «a mother who blogs about topics of interest to other mothers»), *chauffeur mum* ‘мать, которая живет в районе, где общественный транспорт практически отсутствует или практически отсутствует, и тратит много времени на то, чтобы возить своих детей в школу и обратно, а также в другие места’ «a mother who lives in an area with little or no public transport and spends a lot of time driving her children to and from school and other places»); а также номинацию «суррогатной матери» (*gestational carrier* ‘суррогатная мать’ «a surrogate mother») и сленгового наименования (*mudda* ‘мать’ «a slang word for mother»).

В состав данной группы входят и единицы с компонентом «жена» и «подруга» (*TWAG* ‘профессиональная жена или подруга’ «tech wife and girlfriend: the wife or girlfriend of a entrepreneur in the technology industry», *Slotus* ‘жена вице-президента США’ «second lady of the United States: the wife of the vice-president»).

Немногочисленная группа неологических единиц, номинирующих женщин, также включает в себя компонент «женский/female», дополнительным семами которых являются «межличностные отношения» (*ladybro* ‘подружка’ «a female friend [usually of another woman]», *groomsmaid* ‘подружка жениха’ «female friend of a man who is getting married who has special duties at the wedding»); «профессия» (*songstress* ‘певица’ «a female singer», *Instagirl* ‘модель Инстаграмма’ «female model who has a large number of followers on Instagram, a social media site for sharing photographs»).

Маскулинные неологизмы с компонентом «возраст» включают в себя следующие дополнительные семы: «внешность» (*femiman* ‘мужчина, похожий на женщину’ «refers to a man with very feminine looks», *lumbersexual* *lumbersexual* ‘ламберсексуал’ «a man who affects a hearty, outdoorsy style of dress»); «хобби, увлечения» (*gastrosexual* ‘гастросексуал’ «a man who enjoys cooking, especially as a form of seduction», *sew bro* ‘мужчина, любящий шить’ «a young, fashionable man who enjoys sewing and making his own clothes»; *MAMIL* ‘МАМИЛ’ «a middle-aged man who is a devotee of cycling or some other sport that requires or encourages the wearing of Lycra»); «профессия» (*dadpreneur* ‘отец-бизнесмен’ «a man who creates a business connected with fatherhood»; *dead white (European) male* ‘европеец’ «a man, especially a writer or artist, whose achievements may have been overestimated because he belonged to the gender and ethnic group (male and white) that was dominant at the time»; *Vobu* ‘бизнес, ведущий богемный образ жизни’ «a businessman who leads a bohemian lifestyle»).

Малочисленная группа маскулинных неологизмов с компонентом «семейное положение» включает такие единицы, как *HAB* ‘муж знаменитой спортсменки’ «the husband or boyfriend of a famous sportswoman», *wasband* ‘бывший муж’ «a former husband».

Отметим также и неологическую единицу с компонентом «мужской/male»: *walker* ‘платонический друг’ «a platonic male friend with whom to go for walks, to the theatre, etc».

Итак, гендерные отношения являются «важным аспектом социальной организации. Они особым образом выражают ее системные характеристики и структурируют отношения между говорящими субъектами. Гендерные отношения фиксируются в языке в виде культурно обусловленных стереотипов, накладывая отпечаток на поведение, в том числе и речевое, личности и на процессы ее языковой социализации» [5, с. 17].

#### СПИСОК ЦИТИРУЕМЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Катермина В. В. Номинации человека в лексике и фразеологии. Краснодар: Кубанский гос. ун-т, 2011. 91 с.
2. Катермина В. В., Липириди С. Х. Прагматико-аксиологический потенциал сетевых английских неологизмов туристического дискурса. Краснодар: Кубанский гос. ун-т, 2021. 230 с.
3. Сюй Шаньшань Языковая репрезентация гендерных ценностей в современном русском языке: автореф. дис. ... канд. филол. наук. Екатеринбург, 2018. 28 с.
4. Лыскова И. В., Файзиева Г. В. Генезис проблематики гендерных исследований в лингвистике // Вестник Калмыцкого университета. №1(57). 2023. С. 59–65.
5. Кирилина А. В. Гендерные исследования в лингвистике и теории коммуникации. М.: «Российская политическая энциклопедия» (РОССПЭН), 2004. 252 с.