

Если в 2015 году феминитивы были употреблены в 39,3 % случаев от общего количества слов, называющих женщин, то в 2018 г. исследуемые лингвистические факты составили 62,5 % выборки.

Рассмотрим подробнее языковые единицы, представленные в нашей картотеке. В 2015 г. феминитивы использовались достаточно ограниченно, в основном употреблялись такие распространенные варианты, как, например, *журналистка, исследовательница, официантка*. В 2016 г. появилось больше вариантов женского рода, называющих профессии. Впервые в выборку попали феминитивы *дизайнерка, иллюстраторка, фармацевтка* и др. В 2017 г. многие феминитивы начинают использоваться более активно по сравнению с предыдущим годом. Уже можно увидеть слова *администраторка, визажистка, флористка, координаторка, инженерка, менеджерка*. В 2018 г. предпочтение отдается именно словам женского рода. Кроме того, в рубрике появились слова с менее частотным суффиксом *-ин-*: *психологиня, косметологиня*.

На основе проведенного анализа можно сделать вывод, что феминитивы в последние годы стали использоваться намного чаще (во всяком случае в интернет-издании CityDog.by). Более широкое употребление феминитивов в повседневной жизни ведет к тому, что они становятся более нейтральными. Использование феминитивов преследует целью уравнивать женщин-работниц и мужчин-работников в их правах.

Д. Сергей

ФЕМИНИТИВЫ В ЭЛЕКТРОННЫХ СМИ И КОММУНИКАТИВНОМ ПРОСТРАНСТВЕ БЕЛАРУСИ И ПОЛЬШИ

Материалом нашего исследования послужили текстовые документы 2 белорусских электронных СМИ – «СБ. Беларусь сегодня» (русскоязычное издание), «Свабода Premium» (белорусскоязычное издание) – и 1 польского – «Rzeczpospolita» (польскоязычное издание) – общим количеством около 11 тыс. слов из каждого издания.

В ходе исследования выяснилось, что для образования феминитивов в русском, белорусском и польском языках используются схожие аффиксы: *-к (premierka); -ниця (ученица); -ын/ин (гаспадыня)*. Помимо этого, в русскоязычном издании встречаются аффиксы *-есс* и *-ис (актриса, поэтесса)*; в белорусскоязычном издании встречаются аффиксы *-чыц* и *-ыц (імператрыца, выкладчыца)*; в польском издании встречается аффикс *-ow (szefowa)*.

По количеству и разнообразию феминитивов лидирует белорусское издание, в котором содержится 23 феминитива. На втором месте – издание на русском языке, в котором встретилось 20 феминитивов. В польском издании количество феминитивов оказалось минимальным – 11 единиц.

Исследование частотности феминитивов *авторка, поэтка, блогерка* и *режиссерка* в национальных корпусах данных языков показало, что феминитивы *поэтка* и *режиссерка* редко встречаются в корпусе русского языка, а в польском и белорусском корпусах – достаточно распространены. Феминитивы *авторка* и *блогерка* отсутствуют в корпусе русского языка; однако стоит отметить, что в блогосфере данные феминитивы встречаются все чаще: *Екатерина Карелова – блогерка, веганка и феминистка*. В корпусе белорусского языка заданные феминитивы присутствуют. В корпусе польского языка они еще более распространены.

Таким образом, основываясь на данных текстов СМИ, мы приходим к выводу, что в польских СМИ количество феминитивов минимально. Куда лучше обстоит дело в изданиях на белорусском языке. Издания на русском языке не лишены феминитивов (*революционерка, поэтесса, ученица*), но ничего нового, «свежего» пока не обнаружилось.

По данным национальных корпусов заданных языков, картина складывается иная. Польский язык – более зрелый язык в гендерном отношении: на сегодняшний день в Европе идею гендерно-лингвистического равенства сменяет идея гендерной нейтральности, вследствие чего в польских СМИ 2019 года феминитивов не так много, в то время как тексты корпусов прошлых лет и интернет-пространство изобилуют феминитивами. Русский язык – андроцентричный, т.е мужской по сути. В текстах на русском языке с феминитивами по-прежнему сложно, язык не успевает за изменениями в обществе; однако стоит отметить, что язык блогосферы все же постепенно обрастает феминитивами. В современном белорусском языке феминитивы ведут себя все более экспансивно, что отражается в текстах белорусскоязычных СМИ.

А. Синявская

ФРАЗЕОЛОГИЧЕСКАЯ АКТИВНОСТЬ НОМИНАЦИЙ ОДЕЖДЫ В АНГЛИЙСКОМ ЯЗЫКЕ

Фразеологическая картина мира ярко отражает национальное своеобразие культуры и языка, так как именно во фразеологических единицах чаще всего содержатся компоненты, передающие информацию о национально-специфическом своеобразии восприятия действительности.

Материалом нашего исследования послужили 39 фразеологических единиц (ФЕ) семантического поля «Одежда», извлеченные посредством сплошной выборки из авторитетного специального словаря Oxford Dictionary of English Idioms.

По нашим данным, 17 % ФЕ включают компонент *hat*, которому присущи магические свойства: *pull one out of the hat, pick something out of a hat, keep something under your hat, take your hat off*. В то же время *hat* используется для характеристики чего-то нового, страшного: *throw your hat in (or into) the*