

DOI 10.22363/2618-8163-2022-20-4-434-448

Научная статья

Лексические инновации с корнем *пополам* в русском гендерном интернет-дискурсе

Е.В. Каллистратидис^{ID}, С.В. Ильясова^{ID}✉

Южный федеральный университет,
Российская Федерация, 344006, Ростов-на-Дону, ул. Большая Садовая, д. 105/42

✉ ilyasova_rnd@mail.ru

Аннотация. Актуальность исследования обусловлена модификациями гендерных канонов российского общества, трансформациями русской гендерной картины мира, а также ростом значимости коммуникативного и лингвокультурного интернет-пространства, которое является полем стихийных социальных, психологических и языковых экспериментов и репрезентативным источником информации об актуальных речевых практиках мужчин и женщин, говорящих по-русски. Цель исследования состоит в выявлении и описании особенностей образования, значения и функционирования не зафиксированных в словарях 23 гендерно ориентированных лексических инноваций, мотивированных наречием «пополам», указывающим на внеязыковую ситуацию разделения финансовой ответственности в паре. Исследование проведено на материале авторского корпуса контекстов употребления указанных единиц, который включает в себя 1750 речевых произведений неформальной интернет-коммуникации, опубликованных в 2012–2022 годах. Контексты корпуса получены методом сплошной выборки с помощью поисковой программы российской социальной сети VK и поискового сервиса Google. Применены методы словообразовательного, семантического, контекстуального и дискурсивного анализа, а также статистический метод. Установлено, что конститuentы словообразовательного гнезда с мотивирующей основой *пополам*- используются для номинации, категоризации, характеристики и оценки лиц мужского и женского пола как участников романтических, интимных или семейных отношений, для обозначения и характеристики отношений в паре с точки зрения распределения финансовой ответственности между партнерами, а также обозначения действий и типов поведения участников таких отношений. Доказана устойчивая негативная оценочность инноваций и их преобладание в женской речи. Выявлено, что выполняемые единицами функции номинации, категоризации и негативной оценки субъектов и феноменов социального взаимодействия подчинены реализации основной идеологической функции, актуализированной в условиях борьбы традиционного патриархатного и нового эгалитарного гендерных контрактов. Установлено, что номинация лица мужского пола «пополамщик» не только является наиболее распространенным и значимым элементом словообразовательного гнезда, но и входит в число ключевых слов гендерного интернет-дискурса.

Ключевые слова: русский язык, гендерный интернет-дискурс, гендерно ориентированная лексика, лексические инновации

История статьи: поступила в редакцию 16.05.2022; принята к печати 03.08.2022.

Для цитирования: *Каллистратидис Е.В., Ильясова С.В.* Лексические инновации с корнем *пополам* в русском гендерном интернет-дискурсе // Русистика. 2022. Т. 20. № 4. С. 434–448. <http://doi.org/10.22363/2618-8163-2022-20-4-434-448>

Введение

В последние десятилетия в российском обществе все более заметными становятся модификации гендерных канонов и существенные изменения представлений русскоговорящих о роли мужчин и женщин в межличностных, семейных и социальных отношениях. Эти тенденции имеют ярко выраженный национально специфичный характер, однако возникают они на фоне масштабных процессов, к которым, по мнению Е.А. Здравомысловой и А.А. Тёмкиной, относятся «глобальные трансформации гендерного порядка, возрастающая общественная рефлексия в отношении гендерных границ и норм сексуальной жизни, явное противостояние патриархатных и эгалитарных идеологий, <...> нормативных моделей и поведенческих паттернов маскулинности и фемининности» (Здравомыслова, Тёмкина, 2018: 51). Естественная потребность носителей русского языка в вербальном обозначении новых явлений, категоризации, номинации и оценке мужчин и женщин, участвующих в социальном взаимодействии, а также стремление к наиболее точному выражению эмоций, – все это приводит к появлению и вхождению в узус неформальной коммуникации целого ряда гендерно ориентированных лексических инноваций. Коммуникативное и лингвокультурное интернет-пространство представляет собой наиболее информативный и репрезентативный источник данных социального взаимодействия и актуальных речевых практик. Интернет-коммуникация – это «лаборатория языковых инноваций» (Радбиль, 2021: 12), в целом ряде научных публикаций последних лет на обширном языковом материале показано, что в ее рамках происходит освоение и распространение лексических новообразований, способствующих выражению реакции языкового сообщества на актуальные события внеязыковой реальности (Ильясова, Пугачева, 2021; Радбиль и др., 2021; Григорян, Стрельчук, 2021).

Е.А. Горошко характеризует интернет-среду как «своеобразное речевое пространство, служащее испытательным полигоном для создания и испытания самых разнообразных речевых стратегий и приемов общения» (Горошко, 2008: 391). Т.Б. Радбиль рассматривает интернет как онтологический феномен, который «меняет интенциональную сферу людей и совокупность их жизненных установок, властно вторгается в систему ценностей и моделей поведения, трансформирует исходные принципы межличностных взаимоотношений и набор основных потребностей человека» (Радбиль, 2021: 12). В ранних работах западных ученых и в некоторых более поздних публикациях отечественных авторов интернет-пространство рассматривается как принципиально новая коммуникативная среда, с которой связаны надежды на преодоление гендерной асимметрии языкового кода и вхождение в узус лексем, позволяющих сделать зримой роль женщин в жизни общества (Секина, Захарова, 2017; Солтыс, 2020), а также на создание территории со-

циального взаимодействия, одинаково комфортной для всех коммуникантов вне зависимости от их пола и гендерной самоидентификации, и формирование новых норм гендерно нейтральной коммуникации (Graddol, Swann, 1989; Danet, 1998). Однако опыт наблюдения за конкретными практиками интернет-опосредованного социального взаимодействия заставляет исследователей расценивать подобные представления как «утопические» и определять киберпространство как «неэгалитарный виртуальный мир», либо исключаяющий женское участие, либо создающий враждебную для женщин среду (Yaniski-Ravid, Mittelman, 2016). В целом ряде научных публикаций последних лет на конкретном эмпирическом материале показано, что интернет-среда становится местом распространения речевых практик токсичной маскулинности и агрессии по отношению к женщинам (Kareithi, 2014; Wilhelm, 2021; Goodhew et al., 2021; Ze, Panneerselvam, 2021), неэтичного агрессивного навязывания гендерных стереотипов (Akalili, Sari, 2021; Alvarez et al., 2021) и даже их эксплуатации с преступными целями (Criezis, 2020). Все чаще и чаще исследователи говорят о необходимости разработки стратегий и принципов, которые могли бы способствовать усилению женского присутствия в Глобальной Сети, преодолению гендерного неравенства в киберпространстве, а также обеспечению информационной, коммуникативной и психологической безопасности пользователей женского пола (Yaniski-Ravid, Mittelman, 2016; Wilhelm, 2021; Macharia, Barata Mir, 2022), при этом в большинстве публикаций подчеркивается тот факт, что именно женская часть интернет-аудитории в наибольшей степени испытывает на себе пагубное влияние гендерных стереотипов, функционирующих в киберсреде и актуализируемых с ее помощью. Исследования, проведенные на материале русскоязычных гендеризированных интернет-текстов, не позволяют делать столь однозначные выводы (Каллистратидис. Гендерный аспект., 2021a; Каллистратидис. Игровые трансформы., 2021b). Так, было установлено, что юридически маркированные номинации лиц мужского пола с ярко выраженным экспрессивным компонентом и негативно оценочной коннотацией в значительно большей степени характерны для женских интернет-опосредованных речевых произведений, при этом в большинстве контекстов эксплицируется особое значение «финансовой составляющей» отношений между мужчинами и женщинами (Каллистратидис. Игровые трансформы., 2021b: 3038). Также выявлены и описаны процессы «возникновения и систематического использования лексем, относящихся одновременно к семантическим сферам „финансы“, „семья“ и „любовь“», характерных для женской речи и имеющих значительный конфликтогенный потенциал (Каллистратидис. Гендерный аспект., 2021a: 136).

В настоящем исследовании рассматриваются особенности образования и функционирования в интернет-коммуникации целого ряда отадвербиальных гендерно ориентированных лексических инноваций, входящих в словообразовательное гнездо с общим мотивирующим словом *пополам*, указывающим на внеязыковую ситуацию разделения финансовой ответственности в паре: *пополамщик*, *пополамщица*, *пополамский*, *пополамство*, *пополамствовать* и др. Эти инновации не фиксируются в словарях, однако активно упо-

требляются в неформальной интернет-коммуникации и проникают в публикации официальных СМИ.

Цель исследования состоит в выявлении и описании особенностей образования и лексической семантики указанных инноваций, а также в определении функций, которые они реализуют в структуре интернет-текстов. Подобное исследование поможет детализировать представления об актуальных трансформациях гендерной картины мира социально и медийно активных русскоговорящих и, в частности, выявить некоторые вербальные средства актуализации экономического аспекта отношений между полами.

Методы и материалы

Исследование проводится на материале речевых произведений неформальной интернет-коммуникации, составляющих пользовательский контент социальных медиа и развлекательных интернет-сайтов¹, а также публикаций официальных сетевых СМИ². Был составлен корпус контекстов употребления рассматриваемых инноваций, включающий в себя высказывания, полученные методом сплошной выборки в ходе непосредственного наблюдения за коммуникацией в Сети, а также с помощью встроенного поискового сервиса российской социальной сети VK и крупнейшей в мире поисковой системы Google, при этом поиск контекстов в Google осуществлялся при строгом запросе на конкретную словоформу (например, **пополамицик*, **пополамицика*, **пополамицику* и т. д.) и ограничении времени публикации искомым контекстов (например, с 1 января по 31 декабря 2007 года, с 1 января по 31 декабря 2008 года и т. д. вплоть до 30 июня 2022 года). Таким образом были проверены все возможные падежные формы в единственном и множественном числе семнадцати существительных (формы одушевленного и неодушевленного субстантиватов *пополам* совпадают) и трех прилагательных, а также все формы времени и лица (в том числе и инфинитив) трех глаголов. Эта методика позволяет выявить наиболее релевантные (самые популярные, чаще всего запрашиваемые) для Google ресурсы, на которых были размещены тексты, содержащие искомые единицы, и собрать достаточно репрезентативную коллекцию контекстов употребления ограниченного числа лексических инноваций. В результате в корпус вошло 1750 контекстов объемом приблизительно от двух до тысячи слов, самое раннее из выявленных высказываний датировано 2012 годом, а самое позднее – 30 июня 2022 года³. Около 31 % контекстов (539 высказываний) было размещено в социальной сети VK на персональных страницах и в комментариях пользователей, особенно часто рассматриваемые единицы встречаются в материалах женских пабликов и в анонимных публикациях городских сообществ «*Подслушано...*» («Под-

¹ ВКонтакте. URL : <https://vk.com>; LiveJournal. URL : <https://livejournal.com>; Woman.ru. URL : <https://woman.ru>; Pikabu. URL : <https://pikabu.ru>; URL : <https://2ch.lk>

² Комсомольская правда. URL : <https://kp.ru>; Forbes. URL : <https://forbes.ru>; Лиза. URL : <https://lisa.ru/>; Life. URL : <https://life.ru>

³ Составление корпуса контекстов с целью его дальнейшего описания было завершено 30 июня 2022 г., рассматриваемые инновации продолжают активно употребляться и в более поздних речевых произведениях, манифестирующих интернет-коммуникацию.

слушано Москва», «Подслушано Брянск» и т. д.). Из 1211 контекстов, выявленных с помощью Google, 987 высказываний (56,4 % корпуса), извлечено из форумов женского журнала Woman.ru, 140 контекстов (8 %) – из систем анонимных форумов, организованных по принципу imageboard. Для исследования выявленных единиц используются методы словообразовательного и семантического анализа, а для изучения включенных в корпус контекстов – методы контекстуального и дискурсивного анализа, при этом статистический метод необходим для выявления закономерностей употребления инноваций.

Результаты

Были выявлены следующие инновации: *пополамщик, пополамчик, пополамец, пополамище, пополамёнок, пополамёныш, пополамуля, пополамуся, пополамусик, пополамщица, пополамиха, пополамский, пополамный, пополамистый, пополамность, пополамство, пополамщина, пополамничество*, а также два субстантивата *пополам* (одушевленный и неодушевленный) и три глагола *пополамить, пополамствовать* и *пополамничать*. Они представляют собой отадвербиальные дериваты, образованные с помощью продуктивных суффиксов, при этом производящая основа – наречие *пополам* – привносит в семантику единиц указание на максимально обобщенную внеязыковую ситуацию равного разделения чего-либо между субъектами или участниками каких-либо действий или отношений, а словообразовательные форманты – семы, указывающие на конкретную роль или функцию обозначаемого в названном основной паттерне.

Для инноваций с корнем *пополам* характерна устойчивая пейоративность. Однозначная ярко выраженная негативная оценка лица и/или явления присутствует в 96,5 % высказываний.

Наименование лица мужского пола *пополамщик* является самым употребительным элементом словообразовательного гнезда (1192 контекста, 68,1 % от общей выборки), а также одним из ключевых слов гендеризированных интернет-опосредованных дискурсивных практик.

Использование инноваций характерно для женской речи. Женщины (или пользователи с женской самоидентификацией) являются продуцентами 1397 высказываний (80 % от общей выборки), мужчины (или пользователи с мужской самоидентификацией) – 316 контекстов (18 %), в 37 случаях (2 %) установить пол говорящего невозможно. Единица *пополамщик* также наиболее употребительна в речи интернет-пользовательниц: из 1192 вхождений 1002 контекста (84 %) – женские высказывания, 175 (14,7 %) – мужские, в 15 (1,3 %) случаях пол продуцента не определен. Феминитив *пополамщица* чаще встречается в мужских речевых произведениях: из 121 вхождения 68 контекстов (56,2 %) – мужские высказывания, 48 (39,7 %) – женские, в 5 (4,1 %) случаях пол говорящего не установлен.

В текстах неформальной интернет-коммуникации инновации выполняют сразу несколько взаимосвязанных функций: номинации и категоризации (отнесения субъекта социальных отношений как части внеязыковой реальности к определенной категории и ее вербального обозначения) и нега-

тивной оценки, – при этом все они подчинены реализации основной идеологической функции. Активное использование рассматриваемых единиц в речи женщин способствует утверждению и распространению идеологии, основанной на традиционной патриархатной полоролевой модели социальных отношений, воплощенной в гендерном контракте «мужчина – кормилец, женщина – хранительница очага». В мужских высказываниях эти представления подвергаются резкой критике, им противопоставляется новый гендерный контракт «работающий взрослый», актуальный для стран Запада.

Появление и распространение гендерно ориентированных новообразований с корнем *пополам* и вхождение инновации *пополамщик* в узус неформальной интернет-коммуникации обусловлено такими социально-экономическими и психологическими факторами, как общее ухудшение экономической ситуации и снижение благосостояния русскоговорящих, ориентация на образ жизни и ценности развитых стран, неудовлетворенность семейным положением или романтическими отношениями.

Обсуждение

На основе анализа семантики высказываний, вошедших в корпус, было установлено, что инновации используются:

1) для номинации, категоризации и оценки лиц как реальных или потенциальных участников романтических, интимных или семейных отношений:

– наименования лиц мужского пола *пополамщик*, *пополамчик*, *пополамец*, *пополамёнок*, *пополамёныш*, *пополамуля*, *пополамуся*, *пополамусик*, *пополамище*, одушевленный субстантиват *пополам* в значениях ‘мужчина, предлагающий разделить счет пополам во время свидания’ и ‘мужчина, настаивающий на разделении бытовых расходов во время совместного проживания в паре’;

– наименования лиц женского пола *пополамищица*, *пополамиха* в значениях ‘женщина, согласная делить с партнером расходы пополам’ и ‘женщина, стремящаяся разделить пополам имущество супруга при разводе’ (значительно реже);

2) для характеристики отношений в паре с точки зрения распределения между партнерами материальной ответственности: прилагательные *пополамский* и *пополамный*, встречающиеся в таких сочетаниях, как *пополамский (пополамный) подход*, *пополамские (пополамные) отношения*, *пополамный бюджет*;

3) для характеристики лица мужского пола, предлагающего разделить счет с женщиной или настаивающего на ведении бюджета пополам с супругой или сожительницей: прилагательное *пополамистый*, употребляющееся в сочетаниях *пополамистый ухажер*, *пополамистый мужик*, *пополамистый парень*, *пополамистый муж*;

4) для обозначения романтических или семейных отношений, при которых обычным является разделение счета, бюджета, а также для обозначения специфического отношения к женщине со стороны мужчины, требующего равной финансовой ответственности: *пополамность*, *пополамство*, неодушевленный субстантиват *пополам* (в том числе в форме множественного числа);

5) для обозначения действий или типа поведения (чаще мужского): глаголы поведения *пополамить*, *пополамствовать*, *пополамничать* в значениях ‘предлагать разделить счет пополам во время свидания’ и ‘настаивать на разделении бытовых расходов пополам с супругой или сожительницей’, если в роли субъекта выступает лицо мужского пола, и ‘соглашаться на разделение расходов, бюджета с женщиной’, если субъектом действия является женщина (значительно реже).

Пейоративность большинства конstituентов словообразовательного гнезда с основой *пополам-* не имеет формальных показателей и становится очевидной только в контексте их употребления. Лишь отдельные инновации образованы с помощью формантов, привносящих значение негативной оценочности. Это аугментатив *пополамище*, феминитив *пополамиха*, а также инновации *пополамёнок*, *пополамёныш*, *пополамуля*, *пополамусик*, образованные с помощью суффиксов с семантикой ‘невзрослость’ и ‘ласкательность’, но использующиеся для указания на взрослое лицо мужского пола.

Распределение вошедших в корпус контекстов по дате публикации выглядит следующим образом: 2012 год – 6 (0,34 %); 2013 – 11 (0,63 %); 2014 – 8 (0,46 %); 2015 – 13 (0,74 %); 2016 – 37 (2,1 %); 2017 – 92 (5,3 %); 2018 – 170 (9,7 %); 2019 – 320 (18,3 %); 2020 – 483 (27,6 %); 2021 – 450 (25,7 %); 1 января – 30 июня 2022 года – 160 (9,1 %). До 2016 года фиксируются лишь отдельные контексты употребления инноваций с корнем *пополам*, далее наблюдается стабильный ежегодный рост количества высказываний и его резкое увеличение в 2019 году. Рекордное количество вхождений фиксируется в 2020 году, ознаменовавшемся серьезным социально-экономическим кризисом, затем следует небольшое снижение. В течение года наблюдается неравномерное распределение контекстов. В течение пяти последних лет около 35–40 % употреблений инноваций приходится на два временных периода: вторая половина февраля – начало марта и конец ноября – декабрь, – что связано с лингвокультурными и экономическими факторами (гендерно маркированные праздники, традиция делать подарки на Новый год, рост цен в предпраздничные периоды, окончание фискального года). Вероятно, именно в это время наиболее остро ощущается неудовлетворенность текущей экономической ситуацией и семейными отношениями.

Гендерно ориентированные инновации с корнем *пополам* тесно связаны с ключевым элементом словообразовательного ядра – новообразованием *пополамищик*, которое является наиболее распространенным (1192 контекста, 68,1 % от общей выборки). Остальные единицы встречаются значительно реже. Так, феминитив *пополамищица* присутствует в 138 высказываниях (7,9 %), другие инновации менее употребительны: *пополамство* – 108 (6,2 %), *пополамищина* – 78 (4,5 %), *пополамный* – 71 (4,1 %), *пополамность* – 41 (2,3 %). Остальные элементы словообразовательного гнезда фиксируются в единичных контекстах (менее 1 % контекстов для каждой единицы), что может быть связано с их недавним появлением. Высказывания, в которых содержатся номинации лица с суффиксами ласкательности *пополамуля*, *пополамуся*, *пополамусик* и невзрослости *пополамёныш*, феминитив *пополамиха*, аугментатив *пополамище*, датируются 2021–2022 гг. Именно неоагентив *пополамищик*, спо-

собствующий вербализации категории маскулинности, часто становится объектом метаязыковой рефлексии говорящих и входит в состав заголовков постов и наименований тредов форумов, что свойственно ключевым словам текущего момента. В общей сложности 42 % контекстов употребления этой единицы представляют собой заголовочные комплексы, из них 1,5 % – заголовки статей официальных СМИ, в том числе таких популярных, как «Комсомольская правда», «Лиза» и русскоязычная версия Forbes.

Лексическая семантика инновации *пополамщик* легко восстанавливается из контекста, однако при этом значение единицы регулярно раскрывается в многочисленных метаязыковых высказываниях, значительная часть вошедших в корпус контекстов (около 47 %) представляют собой метаязыковые комментарии или содержат какие-либо речевые средства экспликации метаязыковой рефлексии, например: «*Пополамщиком можно считать любого мужчину, который строит свою личную жизнь по принципу – женщина обязана вкладываться в совместный бюджет пары в равных долях с мужчиной, то есть пополам. Счета в ресторанах; стоимость совместного отдыха; если пара снимает жилье, то счет за аренду квартиры, за коммуналку и т. д. и т. п.*»⁴ (6 июня 2019 год) (здесь и далее сохранены авторская орфография и пунктуация. – Е.К., С.И.). Разделение бюджета определяется как нечто новое и чуждое: *новомодное (западное, европейское) пополамство, новомодные пополамные отношения*. На вербальном уровне отражается распространенность такого подхода к планированию бюджета: *еще один (типичный, очередной) пополамщик, кругом одни пополамщики*. Инновация часто используется в качестве одной из номинаций девиантной маскулинности в ряду других единиц с ярко выраженной негативной оценкой: «*Пополамщик это и есть халявщик, приживала, альфонс. Всем известные давно синонимы*»⁵ (12 декабря 2021 год). *Пополамщикам противопоставляют нормальных/настоящих/адекватных мужчин*. Частотны контексты, в которых эксплицируется представление о несоответствии лица мужского пола эталону маскулинности, *пополамщик* как бы исключается из числа мужчин.

Часто неоагентив используется совместно с вербальными средствами выражения концептуальной метафоры. Во-первых, это инфантильная метафора МУЖЧИНА – ЭТО РЕБЕНОК: «*А если вы захотите дом побольше, мафынку, отпуск и купите себе все это, ваш любимый пополамщик обидится что с ним не поделились, не дадут ему мафынку <...> Ведь если бы у него были денюшки, он бы обязательно поделился с вами*»⁶ (8 мая 2020 год). В приведенном контексте использование диминутивов *машинка* и *денежки*, указывающих на материальные блага, в сочетании с отражаемым на письме игровым искажением фонетического облика этих слов нацелено на создание

⁴ misscaprizz: блог. URL: <https://misscaprizzz.livejournal.com/21162.html> (дата обращения: 01.07.2022).

⁵ Женский журнал Woman.ru. Форум. Тред «Муж жрун». URL: <https://www.woman.ru/relations/family/thread/5549565> (дата обращения: 01.07.2022).

⁶ Женский журнал Woman.ru. Форум. Тред «Пополамщики это альфонсы?». URL: <https://www.woman.ru/relations/men/thread/5253461> (дата обращения: 01.07.2022).

эффекта детской речи. Людически утрированное свое – чужое слово, приписываемое партнеру, с одной стороны, в саркастической форме указывает на его ценности (*мафынка, денюфки*), а с другой – способствует вербализации метафорического образа. Инфантильная метафора является регулярной и может реализовываться не только за счет средств фонетической языковой игры, но и на словообразовательном уровне. Так, появляются новообразования *пополамёньш, пополамёнок, пополамусик, пополамуся*, например: «*А когда пополамуся открывает свой рот про доминирование, то это просто вызывает смех. Ты над своей жизнью подоминировать попробуй сначала*»⁷ (4 марта 2022 год). Их употребление носит окказиональный характер, однако факт их появления является признаком того, что ключевой неоагентив *пополамицик* воспринимается коммуникантками как недостаточно экспрессивный, что свидетельствует о вхождении этой единицы в узус неформального общения. Встречаются контексты употребления инновации, в которых присутствует морбиальная метафора ПОПОЛАМСТВО – ЭТО БОЛЕЗНЬ и ПОПОЛАМЩИК – ЭТО БОЛЬНОЙ ЧЕЛОВЕК. Пользовательницы говорят о *пополамстве головного мозга* как об особом болезненном состоянии, не позволяющем мыслить адекватно, называют мужчин, настаивающих на разделении финансовой ответственности, *инвалидами* и *психически больными* людьми. Инфантилизация маскулинного образа и метафора болезни способствуют не только выражению негативной оценки, но и подчеркивают отличие осмысливаемой позиции от нормы, нормального, приемлемого и общепринятого склада ума и типа поведения. *Пополамицик* исключается из социальной жизни, поскольку он не способен в ней участвовать так же, как не способен это делать ребенок или тяжело больной.

Анализ высказываний показывает, что в представлении обобщенного большинства интернет-пользовательниц эталон маскулинности предполагает большее финансовое участие мужчины в жизни пары или семьи. В основном массиве контекстов вербализуется установка на реализацию традиционной патриархатной модели «мужчина – добытчик, женщина – хранительница очага», отступление от которой резко осуждается и вербально маркируется, при этом негативно оцениваются не только мужчины, но и женщины, чье поведение отклоняется от эталона. В женских речевых произведениях устойчивым средством выражения негативной оценки женщины, не соответствующей традиционному гендерному контракту, является феминитив *пополамищица*. В контекстах его употребления последовательно вербализуется представление о том, что паритетные отношения невыгодны женщине, она *соглашается на пополамство* от безысходности, в силу особых причин, в частности, таких, как неуважение к себе, низкая самооценка и скромные внешние данные. В вошедших в корпус высказываниях очевидна репрезентация фемининности как пассивного начала, а маскулинности – как активного. Именно мужчина *предлагает, навязывает пополамство, настаивает* на нем, *заставляет* партнершу *пополамить*, в то время как женщина всего лишь вынужденно *соглашается* на него.

⁷ Двач. Тред «Пополамства тред». URL: <https://2ch.hk/dev/arch/2022-03-04/res/3924251.html> (дата обращения: 01.07.2022).

В высказываниях, продуцентами которых являются мужчины или пользователи с мужской самоидентификацией, отражаются совершенно иные представления. Употребление гендерно ориентированных инноваций с корнем *пополам* не характерно для мужской речи (мужские высказывания составляют менее пятой части корпуса), они практически не фиксируются в мужских интернет-текстах до 2018 года, однако в 2020–2022 годах пользователи мужского пола используют рассматриваемые единицы все чаще. В абсолютном большинстве мужских высказываний инновации присутствуют как свое – чужое слово, что является проявлением имплицитной метаязыковой рефлексии и результатом наблюдений над женскими речевыми практиками, или сопровождаются эксплицитным метаязыковым комментарием, в котором, как правило, осуждаются женщины, употребляющие в речи слово *пополамщик* и другие однокоренные гендерно ориентированные инновации. Так, типичным является следующий контекст: *«Я так понимаю не **пополамщик** это когда Он все делает, а она ничего. Максимум родила»*⁸ (10 августа 2021 год). Метаязыковая рефлексия нередко становится поводом к уточнению или даже исправлению лексической семантики инновации на основании внеязыкового социального опыта или собственного представления о положении дел: *«Много читаю в сети, как женщины извергают злобу на „**пополамщиков**“ <...> в Мире нет больших **пополамщиков**, чем бабы, которые при разводе пытаются поделить имущество мужика **пополам**»*⁹ (март 2021 год). В отдельных контекстах инновация *пополамщик* используется как самономинация, а глагол *пополамить* – как обозначение своих собственных действий, реальных или желаемых, либо поведения, ожидаемого от партнерши, при этом в высказывании вербализуется установка на эгалитарный гендерный контракт «работающий взрослый». В мужских контекстах регулярно озвучивается представление о том, что отношения с женщинами на условиях финансовых вложений не нужны и не интересны, а традиционная женская позиция осуждается и маркируется с помощью концептуальных метафор или других вербальных средств негативной оценки: *«Я за здоровое **пополамничество**. Конечно наша культура всё ещё сильно пропитана **бабским проститутским желанием** заработать на, но от этого можно и нужно избавляться. Баба должна быть самостоятельна в быту и финансах, мне **паразит-нахлебник** не нужен»*¹⁰ (14.03.2021). Однако значительно чаще мужчины предпочитают более оригинальные способы выразить свое отношение к подобным женским речевым практикам. Публикации, типичные для женских форумов и анонимных городских пабликов в социальных сетях, переосмысливаются в игровом ключе, пародируются и высмеиваются, например: *«А знаете, какие самые **неприятные девушки**? – Это **пополамщицы**! Вот откуда они взялись? Всегда же было принято, что **настоящая девушка** по факту обязана **платить за парня, содержать его и обеспечивать всем необходимым**, иначе она не достойна мужского внимания. А сейчас даже не знаешь, с кем отношения начать строить, ведь кругом од-*

⁸ Советчица Кидстафф. Форум. Тред «Вопросы к женам пополамщиков». URL: <https://sovnet.kidstaff.com.ua/question-2958632-1> (дата обращения: 01.07.2022).

⁹ Pikabu. Пост «Пополамщики». URL: https://pikabu.ru/story/popolamshchiki_8116785 (дата обращения: 01.07.2022).

¹⁰ Двач. Тред «Секс и отношения». URL: <https://2ch.hk/sex/arch/2021-03-16/res/7367866.html> (дата обращения: 01.07.2022).

*ни нищобродки и альфонсихи. Стыд и позор современным девушкам!»*¹¹ (11 апреля 2021 год). Так появляются посты, обозначаемые пользователями как *зеркалки* или *ответки*, игровые по своей природе вторичные тексты, в которых утрируются типичные женские речевые практики и подвергаются карнавальному «опрокидыванию» характерные для них речевые феномены, в комичной форме воссоздаются традиционные представления о распределении обязанностей между мужчинами и женщинами и высвечивается нелогичность и несправедливость патриархатного канона. Подобные публикации особенно характерны для коммуникативных субпространств мужских гомогендерных социальных объединений маскулинистов, противопоставляющих себя как феминизму, так и традиционным общественным представлениям, якобы, защищающим интересы женщин в ущерб мужчинам.

Заключение

Неформальная интернет-коммуникация с ее свободой самовыражения и установкой на искренность и задушевность дает возможность рядовым носителям языка высказаться, поделиться наболевшим с другими пользователями, попросить у них совета. Коммуникативное пространство форумов и сообществ с возможностью комментирования в социальных медиа становится площадкой обсуждения проблем в отношениях между полами, а характерная для Рунета легкость перехода от бытового дискурса к бытийному способствует обобщению частного опыта, выявлению тенденций и закономерностей, при этом конкретные текстовые манифестации наивной гендерологии характеризуются яркой эмоциональной тональностью и очевидной конфликтогенностью. Если традиционный выполняющий терапевтическую функцию дружеский разговор ограничен во времени, пространстве и количестве участников и не имеет сторонних наблюдателей, то интернет-опосредованный полилог остается зафиксированным и потенциально доступным широкой аудитории, что способствует тиражированию негативных образов маскулинности и феминности, оформлению гендерного социального конфликта в виртуальной среде и активному распространению и вхождению в узус неформальной коммуникации наиболее удачных, по мнению говорящих, новообразований. Это постоянно пополняющееся, видоизменяющееся и усложняющееся множество текстов, разнообразных по типу, жанру, авторским интенциям и лингвостилистическому оформлению, но при этом имеющих общую гендерную тематику и проблематику, складывается в единый гендерный интернет-дискурс, который, с одной стороны, отражает, ретранслирует и поддерживает традиционные стереотипы, а с другой – предоставляет пользователям возможность речевого сопротивления им. Именно в этой среде распространяются и функционируют многочисленные гендерно ориентированные инновации, при этом некоторые из них проникают в дискурс официальных СМИ.

Проведенный анализ показывает важность дальнейшего изучения гендерного дискурса Рунета. Его результаты и материалы могут быть использованы при составлении словаря гендерно ориентированной лексики и в процессе преподавания таких курсов, как «Гендерная лингвистика», «Медиалингвистика», «Интернет-лингвистика», «Актуальные процессы в русском языке новейшего

¹¹ Ивацевичская берлога: городское сообщество. URL: https://vk.com/berloga_ivatsevi4i (дата обращения: 01.07.2022).

периода», «Русское словообразование», а также стать основой для дальнейших исследований в области социологии и социальной психологии. Что касается перспектив настоящего исследования, то представляется необходимым комплексное исследование и осмысление гендерно ориентированной лексики, функционирующей в неформальной интернет-коммуникации, а также выявление других средств экспликации базовых гендерных категорий и вербализации гендерной картины мира в интернет-тексте.

Список литературы

- Горошко Е.И. Гендерные аспекты коммуникаций на примере образовательных практик Интернета // Образовательные технологии и общество. 2008. Т. 11. № 2. С. 388–411.
- Григорян А.А., Стрельчук Е.Н. Русскоязычные диминутивы в социальной сети «Инстаграм»¹² // Вестник Российского университета дружбы народов. Серия : Теория языка. Семиотика. Семантика. 2021. Т. 12. № 4. С. 981–995. <https://doi.org/10.22363/2313-2299-2021-12-4-981-995>
- Здравомыслова Е.А., Тёмкина А.А. Что такое «маскулинность»? Понятийные отмычки критических исследований мужчин и маскулинностей // Мониторинг общественного мнения : экономические и социальные перемены. 2018. № 6. С. 48–73. <https://doi.org/10.14515/monitoring.2018.6.03>
- Ильясова С.В., Пугачева Е.В. Феминизация феминитивов // Филология и культура. 2021. № 3 (65). С. 12–17. <https://doi.org/10.26907/2074-0239-2021-65-3-12-17>
- Каллистратидис Е.В. Гендерный аспект функционирования неосемантов нищеврод и нищевродка в неформальной интернет-коммуникации // Современная наука : актуальные проблемы теории и практики. Серия : Гуманитарные науки. 2021. № 12. С. 132–137. <https://doi.org/10.37882/2223-2982.2021.12.09>
- Каллистратидис Е.В. Игровые трансформы узуальных обозначений лиц мужского пола как средства репрезентации категории маскулинности в неформальной интернет-коммуникации // Филологические науки. Вопросы теории и практики. 2021. Т. 14. № 10. С. 3034–3039. <https://doi.org/10.30853/phil210512>
- Радбиль Т.Б. Лингвокультурологическая и когнитивно-дискурсивная интерпретация активных процессов на базе иноязычных элементов в русском языке Интернета // Русский язык в интернет-коммуникации : лингвокогнитивный и прагматический аспекты : коллективная монография. М. : Флинта, 2021. С. 10–92.
- Радбиль Т.Б., Рацибурская Л.В., Палоши И.В. Активные процессы в лексике и словообразовании русского языка эпохи коронавируса : лингвокогнитивный аспект // Научный диалог. 2021. № 1. С. 63–79. <https://doi.org/10.24224/2227-1295-2021-1-63-79>
- Секерина М.Е., Захарова Ю.Г. Феминитивы в языке блогов // Гуманитарные научные исследования. 2017. № 4. <https://human.snauka.ru/2017/04/23665>
- Солтыс В.К. Язык блогосферы Рунета : гендерный аспект // Русистика. 2020. Т. 18. № 4. С. 454–468. <https://doi.org/10.22363/2618-8163-2020-18-4-454-468>
- Akalili A., Sari I.O. Women and gender stereotyping in media from the point of view of structuration theory // Journal of Social Studies. 2021. Vol. 17. No. 2. Pp. 165–178. <https://doi.org/10.21831/jss.v17i2.40326.165-178>
- Álvarez D., González A., Ubani C. The portrayal of men and women in digital communication : content analysis of gender roles and gender display in reaction GIFs // International Journal of Communication. 2021. No. 15. Pp. 462–292.
- Criezis M. ‘Many Sisters Wish They Were Men’ : gendered discourse and themes in pro-ISIS online communities // Journal for Deradicalization. 2020. No. 25. Pp. 35–74.

¹² Социальная сеть «Инстаграм» признана экстремистской и запрещена на территории РФ.

- Danet B. Text as mask : gender and identity on the Internet // *Cybersociety 2.0 : revisiting computer-mediated communication and community*. Thousand Oaks : Sage, 1998. Pp. 129–158. <https://doi.org/10.4135/9781452243689.n5>
- Goodhew S.C., Reynolds K., Edwards M., Kidd E. The content of gender stereotypes embedded in language use // *Journal of Language and Social Psychology*. 2021. Vol. 41. No. 2. Pp. 219–231. <https://doi.org/doi:10.1177/0261927X211033930>
- Graddol D., Swann J. Gender voices. London : Basil Blackwell, 1989. 214 p.
- Kareithi P.J. Hegemonic masculinity in media contents // *Media and gender : a scholarly agenda for the global alliance on media and gender*. Paris : CLD / UNESCO, 2014. Pp. 26–29.
- Macharia S., Barata Mir J. Gender equality and media regulation. Kalmar : Fojo, Linnaeus University, 2022. 39 p.
- Wilhelm C. Gendered (in)visibility in digital media contexts // *Studies in Communication Sciences*. 2021. Vol. 21. Issue 1. Pp. 99–113. <https://doi.org/10.24434/j.scoms.2021.01.007>
- Yaniski-Ravid S., Mittelman A. Gender biases in cyberspace : a two-stage model, the new arena of Wikipedia and other websites // *Fordham Intellectual Property, Media and Entertainment Law Journal*. 2016. Vol. XXVI. No. 2. B. 2. P. 381–416.
- Ze T.K., Pannerselvam I.B. Reinforcing or resisting? A study on the influence of Internet memes on sexism among university students in Penang // *Journal of Contemporary Issues in Media and Communication*. 2021. No. 1. Pp. 1–31.

Сведения об авторах:

Каллистратидис Евгения Владимировна, кандидат филологических наук, доцент кафедры русского языка для иностранных учащихся, Институт филологии, журналистики и межкультурной коммуникации, Южный федеральный университет, Российская Федерация, 344006, Ростов-на-Дону, ул. Большая Садовая, д. 105/42. *Сфера научных интересов*: лингвокреативность, языковая игра, интернет-коммуникация, дискурс новых медиа, гендерные исследования. ORCID: 0000-0003-2521-1026. E-mail: evakallas@sfedu.ru


Ильясова Светлана Васильевна, доктор филологических наук, профессор кафедры русского языка для иностранных учащихся, Институт филологии, журналистики и межкультурной коммуникации, Южный федеральный университет, Российская Федерация, 344006, Ростов-на-Дону, ул. Большая Садовая, д. 105/42. *Сфера научных интересов*: активные процессы в русском языке новейшего периода, словообразование, языковая игра, язык СМИ и массовой коммуникации. Автор свыше 100 публикаций, среди которых научные монографии, статьи и учебные пособия. ORCID: 0000-0003-2386-6512. E-mail: ilyasova_rnd@mail.ru

DOI 10.22363/2618-8163-2022-20-4-434-448

Research article

Lexical innovations with the root *popolam* ('in half') in the Russian gendered Internet discourse

Evgeniia V. Kallistratidis , Svetlana V. Ilyasova  

*Southern Federal University,
105/42 Bolshaya Sadovaya St, Rostov-on-Don, 344006, Russian Federation*
 ilyasova_rnd@mail.ru

Abstract. The relevance of the study is underpinned by the modifications of the Russian society gender canon, the Russian gender worldview transformations and by the growth of importance of the communicative and linguocultural Internet space that constitutes the field of spontaneous social, psychological and linguistic experiments and also representative sources of information on the Russian-speaking men and women's speech practices. The re-

search is aimed at revealing and describing derivational, semantic and functional features of the 23 lexicographically undefined, engendered lexical units motivated by the adverb *popolam* ('in half') pointing at the extralinguistic situation of the financial responsibility dividing in a couple. The research is conducted on the material of the authors' contexts corpus including 1750 speech products manifesting informal Internet communication that were published in the period from 2012 to 2022. The corpus contexts were obtained by continuous sampling method with the help of the Russian social network VK search engine and Google web search engine. The authors used methods of word-formation, semantic interpretation, contextual and discursive analyses and statistical method. The analysis has diagnosed that the constituents of the derivational nest with *popolam*- as the basis are used to nominate, categorize, characterize and evaluate masculine and feminine persons as participants in romantic, sexual and family relations. The innovations are also used to denote and characterize relationships in a couple from the point of view of financial responsibility division between partners. They are also used to designate actions and behavior types of participants in such relationships. The analysis proves that the innovations contain stable negative evaluation and are prevalent in woman's language. The analysis revealed that the functions of denomination, categorization and negative evaluation of the social interaction subjects and phenomena depend on the main ideological function of the innovations. The ideological function is increasingly important under the circumstances of the conflict between patriarchal and new egalitarian gender contacts. It is determined that *popolamshchik* ('slammer') as a male denomination is not only the most widespread and important constituent but also a key word of the gendered Internet discourse.

Keywords: Russian language, gendered Internet discourse, gendered vocabulary, lexical innovations

Article history: received 16.05.2022; accepted 03.08.2022.

For citation: Kallistratidis, E.V., & Ilyasova, S.V. (2022). Lexical innovations with the root *popolam* ('in half') in the Russian gendered Internet discourse. *Russian Language Studies*, 20(4), 434–448. (In Russ.) <http://doi.org/10.22363/2618-8163-2022-20-4-434-448>

References

- Akalili, A., & Sari, I.O. (2021). Women and gender stereotyping in media from the point of view of structuration theory. *Journal of Social Studies*, 17(2), 165–178. <https://doi.org/10.21831/jss.v17i2.40326.165-178>
- Álvarez, D., González, A., & Ubani, C. (2021). The portrayal of men and women in digital communication : Content analysis of gender roles and gender display in reaction GIFs. *International Journal of Communication*, (15), 462–292.
- Criezis, M. (2020). 'Many Sisters Wish They Were Men': Gendered discourse and themes in pro-ISIS Online Communities. *Journal for Deradicalization*, (25), 35–74.
- Danet, B. (1998). Text as mask : Gender and identity on the Internet. *Cybersociety 2.0 : Revisiting Computer-Mediated Communication and Community* (pp. 129–158). Thousand Oaks: Sage. <https://doi.org/10.4135/9781452243689.n5>
- Goodhew, S.C., Reynolds, K., Edwards, M., & Kidd, E. (2021). The content of gender stereotypes embedded in language use. *Journal of Language and Social Psychology*, 41(2), 219–231. <https://doi.org/doi:10.1177/0261927X2111033930>
- Goroshko, E.I. (2008). Gender aspects of communication on the example of educational Internet practices. *Obrazovatel'nye Tekhnologii i Obshchestvo*, 11(2), 388–411. (In Russ.)
- Graddol, D., & Swann, J. (1989). *Gender voices*. London : Basil Blackwell.
- Grigoryan, A.A., & Strelchuk, E. N. (2021). Russian diminutives on the social network Instagram¹³. *RUDN Journal of Language Studies, Semiotics and Semantics*, 12(4), 981–995. <https://doi.org/10.22363/2313-2299-2021-12-4-981-995>

¹³ The social network "Instagram" is recognized as an extremist and is banned in the territory of the Russian Federation.

- Ilyasova, S.V., & Pugacheva, E.V. (2021). Feminization of feminitives. *Philology and Culture*, (3), 12–17. (In Russ.) <https://doi.org/10.26907/2074-0239-2021-65-3-12-17>
- Kallistratidis, E.V. (2021a). Gender aspects of functioning of the neosemants nishchebrod and nishchebrodka in informal Internet communication. *Modern Science : Actual Problems of Theory and Practise. Series : Humanities*, (12), 132–137. (In Russ.) <https://doi.org/10.37882/2223-2982.2021.12.09>
- Kallistratidis, E.V. (2021b). Game transforms of usual designations of males as a means of representing the category of masculinity in informal Internet communication. *Philological Sciences. The Questions of Theory and Practice*, 14(10), 3034–3039. (In Russ.) <https://doi.org/10.30853/phil210512>
- Kareithi, P.J. (2014). Hegemonic masculinity in media contents. *Media and Gender : A Scholarly Agenda for the Global Alliance on Media and Gender* (pp. 26–29). Paris : CLD / UNESCO.
- Macharia, S., & Barata Mir, J. (2022). *Gender equality and media regulation*. Kalmar : Fojo, Linnaeus University.
- Radbil, T.B. (2021). Linguo-cultural and cognitive-discursive interpretation of active processes on the basis of foreign-language elements in the Russian language of Internet. *The Russian language in the Internet communication : linguo-cognitive and pragmatic aspects : collective monography* (pp. 10–92). Moscow: FLINTA. (In Russ.)
- Radbil, T.B., Ratsiburskaya, L.V., & Paloshi, I.V. (2021). Active processes in the vocabulary and word formation of the Russian language in the Era of Coronavirus : Linguo-cognitive aspect. *Nauchnyi Dialog*, (1), 63–79. (In Russ.) <https://doi.org/10.24224/2227-1295-2021-1-63-79>
- Sekerina, M.E., & Zacharova, U.G. (2017). Feminitives in the language of blogs. *Gumanitarnye Nauchnye Issledovaniya*, (4). (In Russ.) Available July 5, 2022, from <http://human.snauka.ru/2017/04/23665>
- Soltys, V.K. (2020). Gender issue in the Runet blogosphere language. *Russian Language Studies*, 18(4), 454–468. (In Russ.) <http://doi.org/10.22363/2618-8163-2020-18-4-454-468>
- Wilhelm, C. (2021). Gendered (in)visibility in digital media contexts. *Studies in Communication Sciences*, 21(1), 99–113. <https://doi.org/10.24434/j.scoms.2021.01.007>
- Yaniski-Ravid, S., & Mittelman, A. (2016). Gender biases in cyberspace : A two-stage model, the new arena of Wikipedia and other websites. *Fordham Intellectual Property, Media and Entertainment Law Journal*, XXVI(2)(B. 2), 381–416.
- Zdravomyslova, E.A., & Temkina, A.A. (2018). What is “masculinity”? Conceptual keys to critical studies in men and masculinities. *Monitoring of Public Opinion : Economic and Social Changes*, (6), 48–73. (In Russ.) <https://doi.org/10.14515/monitoring.2018.6.03>
- Ze, T.K., & Pannerselvam, I.B. (2021). Reinforcing or resisting? A study on the influence of Internet memes on sexism among university students in Penang. *Journal of Contemporary Issues in Media and Communication*, (1), 1–31.

Bio notes:

Evgeniia V. Kallistratidis, Candidate of Philological Sciences, Associate Professor of the Department of the Russian Language for Foreign Students, Institution of Philology, Journalism and Intercultural Communication, Southern Federal University, 105/42 Bolshaya Sadovaya St, Rostov-on-Don, 344006, Russian Federation. *Research interests*: language creativity, language play, internet-mediated communication, new media discourse, gender studies. ORCID: 0000-0003-2521-1026. E-mail: evakallas@sfdedu.ru

Svetlana V. Ilyasova, Doctor of Philological Sciences, Professor, Professor of the Department of the Russian Language for Foreign Students, Institution of Philology, Journalism and Intercultural Communication, Southern Federal University, 105/42 Bolshaya Sadovaya St, Rostov-on-Don, 344006, Russian Federation. *Research interests*: active processes in the modern Russian language, word formation, language play, the language of mass media and mass communication. The author of more than 100 scientific publications, including monographs, articles and manuals. ORCID: 0000-0003-2386-6512. E-mail: ilyasova_rnd@mail.ru