



Научно-исследовательский журнал «Вестник филологических наук / Philological Sciences Bulletin»

<https://vfn-journal.ru>

2025, Том 5, № 11 / 2025, Vol. 5, Iss. 11 <https://vfn-journal.ru/archives/category/publications>

Научная статья / Original article

Шифр научной специальности: 5.9.6. Языки народов зарубежных стран (с указанием конкретного языка или группы языков) (филологические науки)

УДК 811.111-26

¹ Мисиева Л.А., ¹ Ястребова А.Э.

¹ Дагестанский государственный университет

Гендерно-нейтральный перевод и явление инклюзивности в языке современной корпоративной культуры

Аннотация: в статье исследуется проблема перевода с сохранением гендерно-нейтральных терминов в условиях современной корпоративной культуры. Описываются особенности английского языка, которые позволяют легко адаптироваться к инклюзивным стандартам, и выявляются сложности, возникающие при переводе на русский язык, обусловленные жесткой грамматической категоризацией рода. Приводятся конкретные методики и стратегии перевода, направленные на поддержание гендерной нейтральности, которые помогают преодолевать ограничения русского языка. Подчеркивается важность соблюдения принципа инклюзивности в корпоративной коммуникации для повышения привлекательности работодателей и расширения целевой аудитории. Излагается ряд практических рекомендаций для переводчиков и составителей текстов, обеспечивающих соблюдение гендерной нейтральности в деловой сфере. Полученные результаты способствуют формированию эффективного инструмента оптимизации процессов международного взаимодействия и внедрения стандартов равенства в российском деловом сообществе. Материалы статьи могут послужить руководством по созданию эффективных и инклюзивных job-descriptions и маркетинговых кампаний, ориентированных на современного потребителя и глобальный рынок. Таким образом, исследование выявляет не только ключевые проблемы гендерно-нейтрального перевода, но и предлагает практические решения для их преодоления, способствуя развитию инклюзивной корпоративной культуры.

Ключевые слова: гендерно-нейтральный перевод, гендерно-нейтральные местоимения, инклюзивность, гендерно-нейтральный язык, гендерная нейтральность, гендерно-нейтральные формы, гендерно-нейтральная лексика

Для цитирования: Мисиева Л.А., Ястребова А.Э. Гендерно-нейтральный перевод и явление инклюзивности в языке современной корпоративной культуры // Вестник филологических наук. 2025. Том 5. № 11. С. 257 – 263.

Поступила в редакцию: 05 октября 2025 г.; Одобрена после рецензирования: 20 октября 2025 г.; Принята к публикации: 25 ноября 2025 г.

¹ Misieva L.A., ¹ Yastrebova A.E.

¹ Dagestan State University

Gender-neutral translation and the phenomenon of inclusivity in the language of modern corporate culture

Abstract: this article explores the challenge of translating gender-neutral terms in today's corporate culture. It describes the characteristics of the English language that facilitate its adaptation to inclusive standards and identifies the challenges that arise when translating into Russian due to the rigid grammatical categorization of gender. Specific translation methods and strategies aimed at maintaining gender neutrality are presented, helping to overcome the limitations of the Russian language. The importance of adhering to the principle of inclusivity in corporate communi-

cations to increase employer appeal and expand the target audience is emphasized. A number of practical recommendations for translators and text writers ensuring gender neutrality in business are presented. The findings contribute to the development of an effective tool for optimizing international interactions and implementing equality standards in the Russian business community. The article's materials can serve as a guide for creating effective and inclusive job descriptions and marketing campaigns targeted at modern consumers and the global market. Thus, the study not only identifies key challenges of gender-neutral translation but also offers practical solutions for overcoming them, contributing to the development of an inclusive corporate culture.

Keywords: gender neutral translation, gender neutral pronouns, inclusivity, gender-neutral language, gender neutrality, gender-neutral forms, gender-inclusive words

For citation: Misieva L.A., Yastrebova A.E. Gender-neutral translation and the phenomenon of inclusivity in the language of modern corporate culture. Philological Sciences Bulletin. 2025. 5 (11). P. 257 – 263.

The article was submitted: October 05, 2025; Approved after reviewing: October 20, 2025; Accepted for publication: November 25, 2025.

Введение

В последние годы лингвистические исследования все чаще обращаются к проблеме инклюзивности, а также способам ее языкового выражения.

Для многих компаний глобальная инклюзивность – это ключевая ценность, которую они стремятся разvивать среди сотрудников и клиентов. Будь то описание вакансии, маркетинговое сообщение или твит (tweet), использование гендерно-нейтрального языка является приоритетом.

Как отмечается в исследованиях, гендерно-нейтральный язык представляет собой когнитивно-дискурсивный феномен, требующий переосмысления традиционных языковых норм [1, с. 82].

Актуальность темы исследования обусловлена стремительным развитием корпоративной культуры глобальных компаний, где инклюзивность и diversity & inclusion стали ключевыми стратегическими ценностями. Повышенное внимание к гендерно-нейтральной коммуникации в маркетинге, HR и юридических документах диктует необходимость адаптации языковых практик. Особую сложность представляет перевод инклюзивных текстов с английского языка, обладающего значительной гибкостью, на русский и другие языки с жесткой грамматической категорией рода. Эта проблема усугубляется лингвистическими ограничениями, социальным сопротивлением и необходимостью сохранять естественность и убедительность текста, что делает исследование эффективных стратегий перевода чрезвычайно востребованным.

Цель исследования – анализ лингвистических и социокультурных трудностей, связанных с достижением гендерной нейтральности в переводе с английского языка на русский в контексте корпоративной коммуникации, и выработка практических рекомендаций для переводчиков.

Объект исследования – гендерно-нейтральный перевод как когнитивно-дискурсивный феномен и его реализация в бизнес-текстах (описания вакансий, маркетинговые сообщения, корпоративная документация).

Задачи исследования:

- Изучить теоретические основы и современные тенденции использования гендерно-нейтрального языка в международной корпоративной среде.

- Провести сравнительный анализ возможностей и ограничений английского и русского языков в реализации принципов инклюзивности.

- Выявить и систематизировать лингвистические стратегии достижения гендерной нейтральности при переводе на русский язык.

- Проанализировать влияние инклюзивной коммуникации на бизнес-показатели (количество откликов на вакансии, лояльность потребителей, юридические риски).

- Сформулировать практические рекомендации для переводчиков по поиску баланса между инклюзивностью, естественностью и эффективностью перевода.

Научная новизна работы заключается в комплексном рассмотрении феномена гендерно-нейтрального перевода на стыке лингвистики, теории перевода и корпоративного менеджмента. В отличие от предыдущих исследований, акцент делается не только на лингвистических аспектах, но и на практических бизнес-последствиях (юридических, маркетинговых, HR). Исследование также содержит сравнительный анализ стратегий инклюзивности в разноструктурных языках (английский, русский, арабский, иврит) в прикладном контексте деловой коммуникации.

Теоретическая значимость исследования состоит в углублении представлений о языке как о динамическом социальном явлении, которое не только отражает, но и конструирует реальность. Работа вносит вклад в развитие дискурс-анализа и гендерной лингвистики, конкретизируя теорию на материале современных бизнес-текстов. Результаты исследования могут служить основой для дальнейших изысканий в области социолингвистики, межкультурной коммуникации и когнитивных аспектов перевода.

Практическая значимость работы высока и заключается в следующем:

1. Для переводчиков и лингвистов: разработанные стратегии (использование нейтральной лексики, множественного числа и др.) могут быть непосредственно применены в практике перевода для создания инклюзивных и естественно звучащих текстов на русском языке.

2. Для бизнеса и корпораций: выводы исследования демонстрируют прямую связь между инклюзивной коммуникацией и бизнес-успехом (увеличение откликов на вакансии, расширение аудитории, минимизация юридических рисков), предоставляя компаниям обоснование для инвестиций в адаптацию своих коммуникационных стратегий.

3. Для HR-специалистов и маркетологов: материалы статьи служат руководством по созданию эффективных и инклюзивных job-descriptions и маркетинговых кампаний, ориентированных на современного потребителя (поколение Z) и глобальный рынок.

Материалы и методы исследования

Для исследования вопросов гендерно-нейтрального перевода с английского на русский и политики инклюзивности в корпоративной культуре применялись следующие методы исследования: обзор, изучение и анализ научных работ отечественных и зарубежных исследователей по обсуждаемому вопросу. Материалом для исследования послужили многочисленные инклюзивные и не инклюзивные объявления о вакансиях и предоставлении товаров и услуг, а также оригиналы англоязычных инклюзивных текстов и статей.

Результаты и обсуждения

Достижение гендерной нейтральности в переводе не всегда просто. Это может быть связано как с лингвистическими ограничениями языка, так и со сложной природой человеческой идентичности. В 70-е годы XX века появился особый языковой феномен, получивший название "коммуникативная корректность", направленный на предупреждение дискриминации различных социальных групп, которая противоречит моральным, этическим и эстетическим нормам [5]. Новые гендерно-нейтральные формы могут отвергаться либо потому, что люди не ассоциируют себя с ними, либо из-за политизированного отношения к ним. Некоторые инклюзивные формулировки также могут звучать неестественно и усложнять текст, что не идеально для убедительного маркетингового сообщения. Риск в том, что потенциальный клиент может отвлечься на языковые нюансы вместо того, чтобы воспринимать основную мысль. В мире бизнес-перевода такое решение было бы непрактичным, даже если инклюзивность высоко ценится.

Инклюзивность (inclusivity) означает стремление создавать коммуникацию, которая не исключает и не маргинализирует людей по признаку пола, гендера или других социальных характеристик.

Инклюзивность включает, например, избегание слов, предполагающих мужской или женский род ("клиенты" вместо "клиенты и клиентки", если контекст позволяет); учёт того, что люди могут не идентифицировать себя с бинарными категориями (мужчина/женщина). Задача переводчика — найти баланс между инклюзивностью и естественностью языка, чтобы текст оставался понятным и эффективным для выполнения своей цели.

Сексизм в языке — это новый и очень важный вопрос, который требует обсуждения. Он тесно связан с феноменом гендерной дискриминации, поскольку язык является социальным явлением и отражает социальную реальность. С учетом этого, язык является не только зеркалом, отражающим социальную реальность, но и инструментом укоренения определенной социальной структуры. Что касается причин сексизма, то считается, что существует два основных фактора, влияющих на данный феномен: первый фактор — социально-экономическая причина, другой — социализация [4, с. 35].

Современные медиа постепенно адаптируют инклюзивные языковые стратегии [2, с. 515], однако в русскоязычном пространстве этот процесс идёт медленнее. Инклюзивные языковые практики активно распространяются в международной коммуникации, включая массовые культурные события [7, с. 120].

Почему же инклюзивность так важна и стала приоритетом в современном мире, международной корпоративной культуре и маркетинге?

Компании мирового уровня (Apple, Unilever, Microsoft) сознательно переходят на инклюзивные формулировки, демонстрируя приверженность принципам diversity & inclusion. Это становится таким же стандартом, как экологическая политика или цифровая трансформация. Компании, таким образом, расширяют

свою аудиторию; например, 56% потребителей Gen Z считают гендерную нейтральность важным фактором при выборе бренда (Pew Research, 2023).

В странах ЕС и некоторых штатах США требования к инклюзивной коммуникации закреплены законодательно. Например, немецкий закон об равенстве (Allgemeines Gleichbehandlungsgesetz) предусматривает штрафы за гендерную дискриминацию в HR-текстах. Поэтому можно сделать вывод, что путь инклюзивности – это путь минимизации нежелательных юридических исков.

К тому же вакансии с нейтральными формулировками получают на 30% больше откликов (LinkedIn, 2022). Такие фразы, как "кандидат должен" вместо "он должен", увеличивают diversity hiring.

Английский язык часто называют одним из самых гендерно-нейтральных среди европейских языков, поскольку в нём есть гендерно-нейтральные местоимения (например, «they» в единственном числе) и в основном бесполые существительные (doctor, secretary). Однако, есть те, кто считает, что использование одной и той же формы местоимения для единственного и множественного числа может привести к путанице и затруднить понимание. Например, в предложении "A customer is a very important person. He should be treated well" местоимение "he" явно указывает на одного клиента. Однако в варианте "A customer is a very important person. They should be treated well" использование "they" может восприниматься как обращение к группе клиентов, что создает двусмысленность [8].

Кроме того, многие устаревшие гендерные термины (stewardess, fireman) были заменены на нейтральные (flight attendant, firefighter). Английский стал гендерно-нейтральным благодаря простой грамматике (нет родов), социальным изменениям и современным бизнес-практикам (глобальные компании).

Более того, чтобы исключить даже намёки на связь с гендером, активисты США и Великобритании подумывают об унификации в названиях профессий: Receptionist – Time Value Savior; Accountant – Business Health Analyzer; Waiter/Waitress – Waitron; Partner – Chief of making it happen; brew master – head brewer и т.д.

В конце августа 2018 года в Оксфордский словарь английского языка (OED) официально был внесён новый гендерно-нейтральный префикс «Mx.», предназначенный для людей, которые избегают указания своего пола (вместо Ms, Miss, Mrs и Mr).

Местоимение «Shklee» (shklim/shkler) можно услышать в сериях американского сатирического мультфильма «Футурама». Тем не менее, это местоимение уже вошло в словарь слов и фраз англоязычного сленга Urban Dictionary («Yo, did you hear Max is a girl now? – Nah it's a Shklee»).

Турецкий – ещё один хороший пример гендерно-нейтрального языка, так как в нём обычно не указывается пол говорящего. Как и в английском, слова вроде doktor (врач) или sekreter (секретарь) изначально нейтральны.

Но, конечно, есть языки гораздо более гендерно-специфически ориентированные. Например, арабский язык. В арабском мы используем мужские формы, когда говорим о смешанной группе мужчин и женщин, даже когда число женщин превышает число мужчин.

Одно из объяснений этого правила состоит в том, что один мужчина превосходит бесконечное количество женщин. Вот почему некоторые ученые утверждают, что арабская грамматика по своей сути андроцентрична (то есть ориентирована на мужчин).

Грамматическая ориентация на мужской пол находит подтверждение в так называемой гипотезе деривации, предложенной как классическими, так и современными лингвистами. Согласно этой теории, наличие дополнительного звука или буквы в формах женского рода по сравнению с мужским трактуется ими как доказательство того, что женские формы возникли путем добавления суффиксов к исходным формам мужского рода, что свидетельствует о первичности последних в истории языка.

В арабском избежать мужского доминирования – сложная задача. Кроме того, арабский крайне разнообразен: употребление зависит от диалекта, региона и политических взглядов. Общепринятых в английском языке нейтральных местоимений в арабском, конечно, нет.

Ещё одним языком, в котором отсутствует гендерная нейтральность, является иврит. Едва ли в иврите можно составить предложение без упоминания рода. У каждого предмета есть свой род: например, стол мужского рода, а дверь женского, – и в языке нет гендерно-нейтральных терминов для обозначения людей и групп людей.

Но в последние годы многие израильтяне настаивают на изменении иврита и даже его алфавита, чтобы устраниТЬ то, что они считают врождёнными недостатками языка, современная форма которого сохранила грамматические нормы библейских времён.

В русском языке гендерная нейтральность также выражена слабо из-за грамматической обязательности рода у существительных, прилагательных, глаголов прошедшего времени и некоторых других частей речи. Русский язык обладает меньшей гибкостью в вопросах гендерной нейтральности по сравнению с англий-

ским, что создаёт трудности при переводе [3, с. 50]. Но некоторые стратегии возможны, и переводчику необходимо умело их использовать. Среди стратегий сохранения гендерной неопределенности при переводе выделяют выбор нейтральной лексики и использование множественного числа [5, с. 10]. Например,

1) Для профессий – выбирать изначально нейтральные слова (автор, куратор).

а) Оригинал (англ.): "We are looking for a talented writer for our team."

Традиционный перевод: "Мы ищем талантливого писателя / писательницу для нашей команды."

Гендерно-нейтральный вариант: "Мы ищем талантливого автора для нашей команды." (слово "автор" нейтрально).

б) Оригинал: "The teacher should prepare materials in advance."

Традиционный перевод: "Учитель / учительница должен / должна подготовить материалы заранее."

Гендерно-нейтральный вариант: "Педагог должен подготовить материалы заранее." (замена на нейтральное "педагог").

2) Для местоимений – использовать множественное число или описательные фразы. Рассмотрим примеры:

а) Оригинал: "Every participant must bring his / her ID."

Традиционный перевод: "Каждый участник / участница должен / должна привезти свой паспорт."

Гендерно-нейтральный вариант:

Множественное число: "Все участники должны привезти свои паспорта."

Описательная конструкция: "Участник(-иня) должен(-а) привезти свой паспорт." (редко, но встречается в прогрессивных текстах).

б) Оригинал: "If a customer needs help, he / she can contact support."

Традиционный перевод: "Если клиенту нужна помощь, он / она может обратиться в поддержку."

Гендерно-нейтральный вариант:

Множественное число: "Если клиентам нужна помощь, они могут обратиться в поддержку."

Перефразирование: "Любой клиент может обратиться в поддержку за помощью."

3) В прогрессивных контекстах – экспериментировать с символами или заимствованиями, но готовиться к критике (например, в письменном переводе).

Приведем несколько примеров гендерно-нейтральных и гендерно-специфичных объявлений о работе на английском языке:

1. Гендерно-нейтральные объявления (Inclusive Language)

а) (нейтральное местоимение "they"): "We are looking for a Sales Manager who will help their team achieve targets. They should have at least 3 years of experience in B2B sales." Данный пример не ограничивает круг кандидатов по полу, а местоимение "their / they" включает всех: мужчин, женщин, не отталкивая талантливых специалистов из-за гендерных стереотипов.

б) (отказ от местоимений): "Our company seeks a Marketing Specialist with strong analytical skills. The ideal candidate has experience in digital campaigns and SEO optimization."

с) (множественное число): "Software Developers wanted! Successful candidates will work on innovative projects using Python and JavaScript."

д) (нейтральные формулировки): "Customer Support Representative needed to assist clients via email and chat. No prior experience required – training provided!"

е) (акцент на навыках, а не поле): "Join our team as a Project Coordinator! Key responsibilities include scheduling meetings, tracking deadlines, and communicating with stakeholders."

2. Гендерно-специфичные объявления (Traditional / Gendered Language)

а) (мужской род): "We need a hardworking salesman who can meet his monthly quotas. He must have a driver's license and be willing to travel."

б) (женский род): "Looking for a receptionist to manage our front desk. She should be polite, well-groomed, and fluent in English."

с) (стереотипные роли): "Waitress wanted for a busy café. She must be friendly and able to work weekends."

д) (устаревшие формулировки): "Cleaning lady needed for an office in downtown. She will be responsible for daily maintenance."

Даже если в языке нет аналога "they / them", можно избегать местоимений ("Успешный кандидат будет..." → "Требуется специалист...").

Теперь, когда разница между гендерно-нейтральными и гендерно-специфическими объявлениями чётко видна, мы рассмотрим некоторые стратегии перевода гендерно-нейтральных объявлений (так как именно

их придерживается мировая корпоративная культура) с английского на русский язык с сохранением первоначального замысла оригинала.

Оригинал (английский): "We're looking for a talented Software Engineer to join our team. They will develop innovative solutions using modern technologies. The ideal candidate has 3+ years of experience in backend development."

Перевод (русский): "Мы ищем талантливого разработчика программного обеспечения для нашей команды. Специалист будет создавать инновационные решения с использованием современных технологий. Идеальный кандидат имеет 3+ года опыта в бэкенд-разработке."

Рассмотрим основные стратегии перевода, использованные переводчиком:

1. Замена местоимения "they" на существительное.

Англ.: "They will develop..." → Рус.: "Специалист будет создавать..."

Почему: В русском нет нейтрального местоимения единственного числа, аналогичного "they".

2. Использование нейтральных профессиональных терминов.

"Software Engineer" → "разработчик программного обеспечения" (вместо "инженер-программист", что звучит мужско-ориентированно).

3. Применение существительных общего рода.

"The ideal candidate" → "Идеальный кандидат" (слово "кандидат" в русском – общего рода).

4. Избегание гендерных местоимений.

Вместо "он / она будет работать" → "специалист будет работать".

5. Акцент на профессиональных качествах.

Сохранение фокуса на опыте и навыках, а не на личных характеристиках.

В следующем примере используется возвратное местоимение "свой" вместо "его / её".

Оригинал: "Every team member should update their profile in the system."

Перевод: "Каждому члену команды необходимо обновить свой профиль в системе."

В данном примере наблюдается опущение местоимения, использование существительного общего рода "преподаватель").

Оригинал: "A good teacher adapts their methods to students' needs."

Перевод: "Хороший преподаватель адаптирует методы под потребности студентов."

Приведенные выше стратегии перевода работают, так как:

1. Соответствуют нормам русского языка, не создавая искусственных конструкций.

2. Сохраняют профессиональный тон и подходят для делового общения.

3. Не исключают ни одну группу – одинаково обращаются ко всем кандидатам.

4. Фокусируются на сути – делают акцент на профессиональных требованиях.

Выводы

Таким образом, мы приходим к выводу, что гендерная нейтральность в переводе – сложная задача. Одни языки активно развиваются инклузивные формы, другие пока отстают. Часто приходится искать компромисс между желаемым и возможным. Переводчик не может навязать языку изменения – даже ради благих целей. Хотя гендерная нейтральность важна для многих, ограничения языка остаются объективной реальностью.

Проанализировав множество иноязычных объявлений о вакансиях, рекламных объявлений и их переводов на русский язык, мы можем сделать вывод, что для максимальной инклузивности в русском языке рекомендуется:

1. Использовать существительные общего рода ("сотрудник", "специалист").

2. Применять множественное число ("кандидаты должны").

3. Избегать указания пола там, где это не требуется.

4. Использовать безличные конструкции ("необходимо выполнить").

Не стоит забывать тот факт, что каждый язык и культура уникальны. Язык всегда был сложным, и гендерная нейтральность – не исключение.

Список источников

1. Гусейнова Г.Н. Гендерно-нейтральный язык как лингвистический феномен: когнитивно-дискурсивный анализ // Вопросы психолингвистики. 2022. № 3 (52). С. 78 – 95.
2. Зиновьева Е.И. Инклузивные языковые практики в современном медиапространстве // Медиалингвистика. 2021. Т. 8. № 4. С. 512 – 525.

3. Кирилина А.В. Гендерная лингвистика и проблемы языковой политики // Социальные и гуманитарные науки. 2020. № 1. С. 45 – 62.
4. Кирилина А.В. Гендер и язык. М.: Языки романо-германской культуры, 2005. 652 с.
5. Ковалева Е.Д. Феминитивы и гендерно нейтральные слова в английском языке // Профессиональная коммуникация: язык, культура, перевод: сборник статей Внутривузовской молодежной научной конференции. Курск, 9 ноября 2021 года. Курск: ЮгоЗападный государственный университет, 2021. С. 140 – 143.
6. Ковалева Е.Д., Кошмина А.С., Власенко Н.И. Гендерная нейтральность языка и ее влияние на языковые нормы // Известия Юго-Западного государственного университета. Серия: Лингвистика и педагогика. 2022. № 12 (3). С. 68 – 76.
7. Ковалевская Т.В., Садчикова А.А. Способы сохранения гендерной неопределенности персонажей при переводе с английского языка на русский // Русская речь. 2023. № 5. С. 7 – 18.
8. Кошмина А.С. Гендерно-нейтральный английский // Профессиональная коммуникация: язык, культура, перевод: сборник статей Внутривузовской молодежной научной конференции. Курск, 9 ноября 2021 года. Курск: Юго-Западный государственный университет, 2021. С. 146 – 150.
9. Baron D. What's Your Pronoun? Beyond He and She. Liveright Publishing. 2018. 304 p.
10. Motschenbacher H. Language, Normativity and Europeanisation: Discursive Evidence from the Eurovision Song Contest. Palgrave Macmillan. 2020. 278 p.

References

1. Guseinova G.N. Gender-neutral language as a linguistic phenomenon: cognitive-discursive analysis. Issues of psycholinguistics. 2022. No. 3 (52). P. 78 – 95.
2. Zinovieva E.I. Inclusive language practices in the modern media space. Medialinguistics. 2021. Vol. 8. No. 4. P. 512 – 525.
3. Kirilina A.V. Gender linguistics and problems of language policy. Social and humanitarian sciences. 2020. No. 1. P. 45 – 62.
4. Kirilina A.V. Gender and language. Moscow: Languages of Romano-Germanic Culture, 2005. 652 p.
5. Kovaleva E.D. Feminitives and Gender-Neutral Words in English. Professional Communication: Language, Culture, Translation: Collection of Articles from the Intra-University Youth Scientific Conference. Kursk, November 9, 2021. Kursk: Southwestern State University, 2021. P. 140 – 143.
6. Kovaleva E.D., Koshmina A.S., Vlasenko N.I. Gender Neutrality of Language and Its Influence on Language Norms. Bulletin of Southwestern State University. Series: Linguistics and Pedagogy. 2022. No. 12 (3). P. 68 – 76.
7. Kovalevskaya T.V., Sadchikova A.A. Ways to Preserve Gender Ambiguity of Characters When Translating from English into Russian. Russian Speech. 2023. No. 5. P. 7 – 18.
8. Koshmina A.S. Gender-Neutral English. Professional Communication: Language, Culture, Translation: A Collection of Articles from the Intra-University Youth Scientific Conference. Kursk, November 9, 2021. Kursk: Southwestern State University, 2021. P. 146 – 150.
9. Baron D. What's Your Pronoun? Beyond He and She. Liveright Publishing. 2018. 304 p.
10. Motschenbacher H. Language, Normativity, and Europeanization: Discursive Evidence from the Eurovision Song Contest. Palgrave Macmillan. 2020. 278 p.

Информация об авторах

Мисиева Л.А., доктор филологических наук, доцент, Дагестанский государственный университет,
luizaah_83@mail.ru

Ястребова А.Э., преподаватель, Дагестанский государственный университет