

УДК 81.1

DOI: 10.26907/2782-4756-2026-84-2-21-25

РЕАЛИЗАЦИЯ ГЕНДЕРНОГО КОМПОНЕНТА В НАИМЕНОВАНИЯХ ТЕЛЕПЕРЕДАЧ НА РОССИЙСКОМ ТЕЛЕВИДЕНИИ

© Диана Дроздова

REALIZATION OF THE GENDER COMPONENT IN THE NAMES OF TV SHOWS ON RUSSIAN TELEVISION

Diana Drozdova

Through the prism of linguistic analysis, this article examines the gender component based on the authentic names of TV shows on modern Russian television. The novelty of this study is the gender aspect of the specified lexical material analysis, the ways of constructing meanings with a gender aspect, and cultural codes in the names of TV shows. The methods include a linguistic analysis, the study of thematic orientation of various categories, and a stylistic analysis of authentic material. The main purpose of the study is to select the names of TV programmes and shows containing a gender component, their further categorization and analysis. The results obtained allow us to conclude that the parallel categories containing masculinities and feminities are inconsistent and unequal. In addition, we have identified symmetrical categories with different connotative components depending on gender, and the use of exclusively masculine terms in relation to polygender recipients, which suggests an asymmetry in the use of such lexemes. This research is of interest to linguists, sociologists, cultural scientists and representatives of interdisciplinary sciences dealing with the problem of gender representation in the media space. Sociolinguists, psycholinguists, specialists in gender linguistics, anthropologists and others are among potential researchers.

Keywords: gender, gender component, lexical analysis, media discourse, stylistic analysis

В статье исследуется гендерный компонент на материале аутентичных названий телепередач на современном российском телевидении через призму лингвистического анализа. Новизна данного исследования обусловлена тем, что гендерный аспект анализа указанного лексического материала, способы конструирования смыслов с гендерным аспектом, а также культурные коды, транслируемые в наименованиях телепередач, являются ранее не изученными. Методы исследования включают лингвистический анализ, изучение тематической направленности различных категорий, а также стилистический анализ аутентичного материала. Основная цель исследования заключается в выборке наименований телепередач и телешоу, содержащих гендерный компонент, их дальнейшей категоризации и анализе. Полученные результаты позволяют сделать вывод о несоответствии и неравнозначности параллельных категорий, содержащих маскулятив и феминитивы. Кроме того, нами были выявлены симметричные категории с различным коннотативным компонентом в зависимости от гендера, а также использование исключительно маскулятивов в отношении полигендерных адресатов, что позволяет говорить об асимметрии применения подобных лексем. Данное исследование представляет интерес для лингвистов, социологов, культурологов и представителей междисциплинарных наук, занимающихся проблемой репрезентации гендеров в медиапространстве. Среди потенциальных исследователей выделяются социолингвисты, психолингвисты, специалисты по гендерной лингвистике, антропологисты и другие.

Ключевые слова: гендер, гендерный компонент, лексический анализ, медиадискурс, стилистический анализ

Для цитирования: Дроздова Д. Реализация гендерного компонента в наименованиях телепередач на российском телевидении // Филология и культура. Philology and Culture. 2026. № 2 (84). С. 21–25. DOI: 10.26907/2782-4756-2026-84-2-21-25

Медиадискурс является актуальным предметом лингвистических исследований в силу высокой интеграции в повседневную жизнь всех представителей современного социума. Поскольку медиадискурс затрагивает широкий спектр взаимодействия с реципиентом – потре-

бителем контента разного рода: текстового, аудиального, визуального и комбинированного – его интеграция активна и затрагивает все слои современного общества, а также отражает социальные, культурные, политические и многие другие процессы [1]. В данной статье мы проанализируем способы реализации гендерного компонента лексических единиц русского языка, выраженного в названиях современных периодических телепередач и теле- и реалити-шоу на российском телевидении за последние 25 лет, посредством лингвистического анализа и выявим категории, связанные с гендером и коннотативным значением отдельных лексических единиц на данном языковом материале. Названия подобного медиаконтента представляют собой комплекс лексических, семантических, звуковых, графических, анимационных и других процессов. В связи с этим выбор лексических средств, в первую очередь, и дальнейшая эффективная интеграция их в медиaprостранство представляют большой интерес.

Мы начнем с дефиниции термина «гендерный компонент». Термин «гендер» не имеет широкого распространения в российском языковом пространстве, что объясняет его отсутствие в лингвистических терминологических словарях. Тем не менее он активно используется в международной лингвистике, а также в междисциплинарных науках, имеющих связь с лингвистикой, например, в психолингвистике, социолингвистике и т. д. Зарубежные коллеги выделяют три аспекта гендера: биологический (естественно обусловленный), грамматический (выраженный через грамматический уровень языка) и социальный (акцентирующий внимание на социальных ролях индивидов) [2, с. 319] (см. также: [3], [4], [5]). Наше исследование направлено на выявление и анализ комбинации грамматического и социального элементов в составе гендерного компонента лексических единиц.

В результате выборки лексического материала мы выделили четыре группы для дальнейшего анализа: наименования с феминитивами и феминно маркированными словами; наименования с маскулятивами и с маскулинно маркированными словами; наименования, содержащие одновременно гендерно маркированную лексику, относящуюся к разным гендерам, и наименования, содержащие исключительно маскулятивы, при этом описывающие полигендерных участников.

Начнем с анализа первой группы лексического материала – названий телепередач, содержащих феминитивы и атрибуты – имена прилагательные в форме женского рода, в наименовании. Феминитивы представляют собой женские

словоформы, соответствующие существующим мужским формам и включающие признаки гендерной идентификации [6], [7]. Они возникли под влиянием социальных изменений, обусловленных феминистскими движениями, направленными на достижение общего равенства полов в обществе, а также на борьбу против женской дискриминации и обеспечение равных прав для женщин [8], [9]. В настоящее время феминитивы представляют большой интерес как с академической, так и с социологической точки зрения. Наименования современных телепрограмм на российских телеканалах (далее ТК), содержащие феминитивы: «Большие девочки» (ТК Пятница), «Девчата» (ТК Россия-1), «Женский клуб» (ТК ТНТ), «Женский взгляд» (ТК НТВ), «Женские штучки» (ТК НТВ), «Тренинг. Девушки любят подарки» (ТК Психология 21), «СуперЖенщина» (ТК ТВ3), «Царица» (ТК Пятница), «Отчаянные хозяйки» (ТК Пятница), «Четыре жены» (ТК Пятница), «Жена. История любви» (ТК ТВЦ), «Мама Пятницы» (ТК Пятница), «Супермамочка» (ТК СТС), «Пацанки» (ТК Пятница), «Разведенки» (ТК ОТС), «Беременна в 16» (ТК Ю), «Железные леди» (ТК НТВ), «Леди мира» (ТК Домашний) и др. Лексический материал демонстрирует обращение к женщинам через соответствующий атрибут, относящийся к концепту собственно феминности, – «женский» (напр. «Женский клуб», «Женский взгляд»). Также нами выявлено наличие различных проявлений и социальных ролей женщины в соотношении со следующими факторами:

- с ее возрастными этапами (девочка – девушка – женщина): «Большие девочки», «Девчата», «Тренинг. Девушки любят подарки», а ранее культовая «А ну-ка девушки!», «СуперЖенщина»;

- с ролью в семье, а именно ролью жены и матери: «Четыре жены», «Мама Пятницы», «Беременна в 16»;

- с ее исключительностью и силой: «СуперЖенщина», «Царица», «Железные леди»;

- с социальными трудностями и сложными жизненными обстоятельствами: «Пацанки», «Разведенки».

Обратим внимание на подгруппу названий телепередач с феминитивами, содержащих концепт социальных трудностей и сложных жизненных обстоятельств. Аутентичные примеры наименований телепередач на современном российском телевидении демонстрируют использование лексем стилистически окрашенных и с явно выраженной коннотацией. Ни одна из представленных лексем не является нейтральной. Так, Универсальный дополнительный практиче-

ский толковый словарь И. Мостицкого определяет слово *пацанка* как «девушку с мужскими чертами характера» [10] и маркирует данную лексему как разговорную. Помимо выбора лексем, принадлежащих к разговорному, а не литературному жанру, например, исходя из семантики слова, очевиден акцент на женской несостоятельности, который контрастирует с первой выделенной нами подгруппой, содержащей лексику, напрямую связанную с концептом собственно феминности. Лексема *разведенка* (женщина, которая развелась со своим мужем) также находит отражение в толковых словарях русского языка с пометами *просторечие, разговорное, устаревшее и неодобрительное*. Использование данного слова в качестве названия телепередачи обусловлено не только рядом социальных факторов, но и стилистической выразительностью, отражающей неодобрение со стороны общества к человеку, уже оказавшемуся в сложной жизненной ситуации. Примечательно, что параллельных форм лексем, составляющих названия телепередач, с маскулятивами (к примеру, *разведенец*), несмотря на их существование в языке, не было обнаружено ни на уровне лингвистического исследования, ни в медиaprостранстве в целом.

Подгруппа, обращенная к концепции женской исключительности и силы, требует особого внимания, поскольку она включает вариативные лексемы и морфемы. Данная подгруппа включает феминитивы, выражающие принадлежность к благородному роду (напр.: *королева, царица, принцесса, леди* и т. д.), а также определенные морфемы в атрибутах, подчеркивающие высокую степень или превосходство какого-либо качества (напр.: *супер-, мега-* и т. д.).

Вторая группа характеризуется маскулинно маркированными атрибутами и маскулятивами. Под маскулятивами мы понимаем формы имен существительных, противоположных феминитивам, то есть формы слов мужского рода. К данной группе мы относим следующие примеры: «Мужики» (ТК НТВ), «Будь мужиком» (ТК Перец), «Большие мальчики» (ТК Пятница), «Мужское достоинство» (ТК НТВ), «Самый лучший муж» (ТК Первый), «Папа попал» (ТК Ю), «Папа сможет?» (ТК Звезда), «Холостяк» (ТК ТНТ), «Знакомьтесь: Мужчина!» (ТК Домашний), «Мужская тема» (ТК ТВ Центр), «Король десертов» (ТК Пятница), «Король ринга» (ТК Первый), «Победители» (ТК РЕН ТВ) и др. Внутри этой группы нам представляется возможным выявить также следующие подвиды наименований телепередач с маскулятивами, в которых реализуются:

- концепт собственно мужественности: «Мужское достоинство», «Знакомьтесь: Мужчины!»;

- брутальная природа: «Будь мужиком», «Мужики»;

- семейная реализованность, роль мужа и отца: «Холостяк», «Самый лучший муж», «Папа сможет?»;

- исключительность, лидерство: «Король десертов», «Победители».

В подвидах выделенной группы прослеживается однозначно положительная тенденция в сравнении с предыдущей проанализированной группой. Все они описывают различные, но при этом конвенционально положительные стороны индивидов. Помимо категории, включающей лексические единицы, относящиеся к собственно мужественности, мы выделяем отдельную категорию, выражающую брутальную природу, которая реализуется посредством выбора коннотативно окрашенной лексики (*мужик* – в противопоставление нейтральной лексеме *мужчина*). Подчеркиваются также концепции силы и лидерства, мужского начала, которые реализуются симметрично ранее рассмотренной категории в отношении наименований, содержащих феминитивы. Так, наименования содержат лексемы, относящиеся к исключительности происхождения (напр.: *король, царь* и т. д.), к лидерству (напр.: *победитель, номер «1»* и т. д.). Симметричная тенденция прослеживается и относительно семейной реализованности. Она применяется в наименованиях телепрограмм как с феминитивами, так и с маскулятивами. При этом в ходе работы с лексическим материалом нами не были замечены на российском телевидении названия телепередач и телешоу, содержащие семантически уничижительные оттенки значения или конвенционально порицаемые концепты по отношению к мужчинам и выраженные маскулятивами, но таковые имелись в отношении женского гендера и были реализованы при помощи феминитивов. Это свидетельствует об асимметрии компонентов в категориях, содержащих феминитивы и маскулятивы. Кроме этого, нами был отмечен единичный пример, содержащий концепт возраста, в названиях телепередач, содержащих маскулятив («Большие мальчики»). В связи с недостатком аутентичного лексического материала мы считаем невозможным установление подгруппы, отражающей компонент возраста, аналогичной имеющейся в первой группе, посвященной наименованиям телепередач, содержащих феминитивы.

К третьей группе мы относим названия телепередач, содержащие полигендерную лексику, а именно лексические единицы, имеющие как фе-

минитивный, так и маскулятивный компоненты, например: «Мужское / Женское» (ТК Первый), «Бой с Гёрлс» (ТК Пятница), «Семейная битва: жена против мужа. Время обедать!» (ТК Первый), «Битва полов (ТК ТНТ) и др. Данная группа подчеркивает гендерный, а значит, и концептуальный контраст часто с использованием параллельных форм лексем. Он выражается и с помощью лексических единиц, содержащих однозначно негативный коннотативный компонент, выражающий противостояние представителей разных полов, например: *битва, борьба, схватка, против* и т. д. Этот контраст, очевидно, происходит как результат специфики социального и исторически сложившегося взаимодействия гендеров, когда розовый цвет противопоставляется голубому, и даже планеты солнечной системы Марс и Венера символизируют мужской и женский гендеры, воплощая художественный образ и находя отражение в современной литературе, например, в произведении Дж. Грея «Мужчины с Марса, женщины с Венеры». Вышеупомянутая задача реализуется следующими способами:

- контраст: «Мужское / Женское»;
- конфликт: «Семейная битва: жена против мужа», «Битва полов», «Бой с Гёрлс».

Примечательно, что вышеупомянутый концепт конфликта полов может быть как симметричным, так и асимметричным. Так, при симметричном концепте конфликта обе стороны противодействуют друг другу (например: «Битва полов»), в то время как в асимметричном преимущественно одна сторона идет против другой (например: «Жена против мужа»).

К четвертой группе, рассматриваемой в рамках работы над настоящим исследованием, мы относим названия телепередач, содержащих номинативную часть речи в форме мужского рода, при этом адресованных к полигендерным участникам: «Мастер игры» (ТК ТНТ), «Судьба человека» (ТК Первый), «Человек и закон» (ТК Первый), «Люди» (ТК Ю), «Последний герой» (ТК Первый), «Кто хочет стать миллионером» (ТК Первый), «Теперь я босс!» (ТК Пятница), «Царь горы» (ТК Первый) и др. В русском языке, как и в ряде иностранных языков (например, в английском, немецком и др.), лексема *человек* имеет двойственную природу. С одной стороны, она нейтральна и обращена к «существу, являющемуся носителем индивидуальных физических, физиологических свойств и качеств» [11], с другой стороны, в ряде устойчивых выражений относится исключительно к представителям мужского рода: *молодой человек, мил человек* и др. В предложенных выше примерах могли быть использованы параллельные формы слов, напри-

мер: *мастер – мастерица, герой – героиня, царь – царица*, но выбор обобщающей лексемы справедливо обусловлен требованиями к краткому, но стилистически ёмкому, запоминающемуся названию. Так, нами не выявлены случаи, в которых бы одновременно присутствовали феминитивы и маскулятивы с учетом отсутствия концепции контраста и противостояния, которую мы могли наблюдать в третьей группе. Следовательно, с подавляющей частотностью используются маскулятивы, называющие или адресованные к полигендерным агентам.

Итак, в ходе работы над нашим исследованием мы установили особенности реализации гендерного компонента в названиях телепередач на российском телевидении, осуществили группировку корпуса аутентичных примеров, проанализировали и выявили их характеристики. Так, в названиях, содержащих только маскулятивы и только феминитивы, а также лексику, связанную с соответствующими гендерами, были отмечены схожие категории: концепция собственно маскулинности и феминности, концепция роли в семье, концепция исключительности и силы. Также были выявлены уникальные категории, присущие наименованиям, содержащим лексику, маркированную отдельным гендером: например, группа, содержащая феминитивы, имеет подгруппы с концептами, отражающими возрастные характеристики индивидов, а также сложные жизненные обстоятельства, в то время как в группах с маскулятивами данных категорий не было выявлено. Это подчеркивает неравное отношение к носителям разных гендеров в социуме и, в свою очередь, находит отражение в языке. При этом на фоне параллельных категорий, выражающих собственно гендерные принадлежности, была выявлена отдельная категория в группе названий телепередач с маскулятивами, отражающая брутальное начало и выраженная лексикой с коннотативным компонентом. Группа названий, содержащих полигендерную лексику, знаменуется концепцией контраста и противостояния. Также в ходе лингвистического анализа выделена категория исследуемого языкового материала, содержащая исключительно маскулятивы, адресованные полигендерным участникам. Таким образом, нами выявлены асимметрия применения маскулятивов по отношению к полигендерным адресатам и маскулинный доминант в грамматическом аспекте гендерного компонента на основе подбора и анализа названий передач, в которых принимали участие и были ключевыми фигурами представители различных биологических и социальных гендеров, однако в названии телепередачи фигурировали маскулятивы.

Список источников

1. Шмелев А. Д. Русский язык и внеязыковая действительность. Москва: Языки славянской культуры, 2002. 496 с.
2. Yule G. *The Study of Language*. Seventh Edition. Cambridge: Cambridge University Press, 2020. 420 p.
3. Corbett G. G., Fraser N. *Default genders. Gender in grammar and cognition. Part I: Approaches to gender*. Unterbeck B., Rissanen M. (eds.). Berlin: Mouton de Gruyter, 2000. Pp. 55–98.
4. Kramer R. *The morphosyntax of gender*. Oxford: Oxford Univ. Press, 2015. 320 p.
5. Kramer R. *Grammatical gender: A close look at gender assignment across languages*. *Annual Review of Linguistics*, 6. Palo Alto, 2020. Pp. 45 – 66.
6. Дроздова Д. Р. Феминитивы в академическом дискурсе // *Филология и культура. Philology and Culture* №4 (70), Казань, 2022. С. 59–65.
7. Захарчук Е. А. Феминитивы в коммуникативном пространстве современности: проблемы словообразования и словоупотребления // *Вопросы журналистики, педагогики, языкознания*. Том 40, № 3. Белгород: НИУ «БелГУ» Издательский дом «БелГУ», 2021. С. 378–387.
8. Пervак В. А. Феминитивы в русском языке // *Лингвистика, лингводидактика, лингвокультурология: актуальные вопросы и перспективы развития: материалы IV Междунар. науч.-практ. конф., Минск, 19–20 марта 2020 г.* / редкол.: О. Г. Прохоренко (отв. ред.) [и др.]. Минск: БГУ, 2020. С 536 – 540.
9. Фуфаева И. Как называются женщины. Феминитивы: история, устройство, конкуренция. Москва: АСТ, 2020. 304 с.
10. Мостицкий И. Л. *Универсальный дополнительный практический толковый словарь И. Мостицкого* (2005–2012 гг.): URL: https://mostitsky_universal.academic.ru/ (дата обращения: 01.11.2025).
11. Кузнецов С. А. *Большой толковый словарь русского языка*: URL: <https://gramota.ru/meta/chelovek> (дата обращения: 25.10. 2025).
- and Extralinguistic Reality]. *Yazyki slavyanskoi kul'tury*. 496 p. Moscow. (In Russian)
2. Yule, G. (2020). *The Study of Language*. Seventh Edition, 420 p. Cambridge, Cambridge University Press. (In English)
3. Corbett, G. G., Fraser N. (2000). *Default Genders. Gender in Grammar and Cognition. Part I: Approaches to Gender*. Unterbeck B., Rissanen M. (eds.). Pp. 55–98. Berlin, Mouton de Gruyter. (In English)
4. Kramer, R. (2015). *The Morphosyntax of Gender*. 320 p. Oxford, Oxford Univ. Press. (In English)
5. Kramer, R. (2020). *Grammatical Gender: A Close Look at Gender Assignment across Languages*. *Annual Review of Linguistics*. No. 6, pp. 45–66. Palo Alto. (In English)
6. Drozdova D. R. (2022). *Feminitivy v akademicheskom diskurse* [Feminitives in Academic Discourse]. *Filologiya i kul'tura. Philology and Culture*. No. 4 (70), pp. 59–65. Kazan. (In Russian)
7. Zakharchuk, E. A. (2021). *Feminitivy v kommunikativnom prostranstve sovremennosti: problemy slovoobrazovaniya i slovoupotrebleniya* [Feminitives in the Modern Communication: Problems of Word-Formation and Use]. *Voprosy zhurnalistiki, pedagogiki, yazykoznaneya*. Tom 40. No. 3, pp. 378–387. Belgorod, NIU “BelGU”, Izdatel'skii dom “BelGU”. (In Russian)
8. Pervak, V. A. (2020). *Feminitivy v russkom yazyke* [Feminitives in the Russian Language]. *Lingvistika, lingvodidaktika, lingvokul'turologiya: aktual'nye voprosy i perspektivy razvitiya: materialy IV Mezhdunar. nauch.-prakt. konf., Минск, 19–20 marta 2020 g.* Redkol.: O. G. Prohorenko (otv. red.) (i dr.), pp. 536 – 540. Минск, BGU. (In Russian)
9. Fufaeva, I. (2020). *Kak nazyvayutsya zhenshiny. Feminitivy: istoriya, ustroystvo, konkurentsya* [How to Designate Women. Feminitives: History, Organization, Competition]. 304 p. Moscow, AST. (In Russian)
10. Mostitski, I. L. *Universal'nyi dopolnitel'nyi prakticheskii tolkovyi slovar' I. Mostitskogo* [Mostitskii's Universal Additional Explanatory Dictionary]. URL: https://mostitsky_universal.academic.ru (accessed: 01.11.2025). (In Russian)
11. Kuznetsov, S. A. *Bol'shoi tolkovyi slovar' russkogo yazyka* [Big Explanatory Dictionary of the Russian Language]. URL: <https://gramota.ru/meta/chelovek> (accessed: 25.10. 2025). (In Russian)

References

1. Shmelev, A. D. (2002). *Russkii yazyk i vneyazykovaya deistvitel'nost'* [The Russian Language

The article was submitted on 05.03.2026
Поступила в редакцию 05.03.2026

Дроздова Диана Руслановна,
кандидат филологических наук,
доцент,
Национальный исследовательский
технологический университет «МИСИС»,
119049, Россия, Москва,
Ленинский пр-кт, 4.
diblackbird@mail.ru

Drozdova Diana Ruslanovna,
Ph.D. in Philology,
Associate Professor,
National University of Science and Technology
“MISIS”,
4 Leninskiy Prospekt,
Moscow, 119049, Russian Federation.
diblackbird@mail.ru