

УДК 81'23; 81'27; 811.161.1

## АНТРОПОЛЕКСЕМЫ В ДИСКУРСЕ ГОРОДСКОГО ИНТЕРНЕТ-СООБЩЕСТВА (НА МАТЕРИАЛЕ ПАБЛИКА «КУРСКИЙ БОМОНДЪ»): НЕКОТОРЫЕ ТЕНДЕНЦИИ В РАМКАХ ДИАХРОНИЧЕСКОГО ИССЛЕДОВАНИЯ

*Е.А. Захарчук*

*Кандидат филологических наук, доцент,  
доцент кафедры иностранных языков и профессиональной коммуникации  
e-mail: [elena\\_nezhura@mail.ru](mailto:elena_nezhura@mail.ru)*

*Курский государственный университет*

*Статья излагает количественные результаты одного из этапов исследования функционирования антрополоксем в дискурсе некоторых городских сообществ в социальной сети «ВКонтакте». Автор сравнивает данные по двум выборкам текстов (за март и ноябрь 2023 года), делая попытку проследить намечающиеся тенденции в эволюции концептов мужественности, женственности, семьи, эксплицированных через анализируемую лексику. Исследователем было рассмотрено 280 публикаций крупного сетевого паблика «Курский Бомондъ», выявленные в текстах антрополоксем были сгруппированы в зависимости от их семантики. Особое внимание было уделено женским формам антрополоксем. По результатам исследования отмечено существенное расширение использования феминитивов в текстах рассматриваемого городского интернет-паблика, а также увеличение частотности и разнообразия в употреблении лексики, связанной с тематикой семьи.*

***Ключевые слова:** антрополоксемы, феминитивы, гендерная лингвистика, феминистская лингвистика, дискурс социальных сетей, Год семьи, Курск.*

### **Введение**

В настоящий момент социальные сети являются одной из ведущих платформ как для межличностной, так и для массовой коммуникации. Ученые отмечают, что общение в виртуальном пространстве давно стало частью общечеловеческой культуры и во многом способствует формированию стиля жизни [Лебедева 2021]. Социализация современного человека осуществляется в сетевом пространстве в не меньшей, а иногда и большей степени, чем традиционными для социума способами. Индивид имеет возможность учиться, работать, решать различные бытовые задачи и проводить досуг в режиме онлайн. Особенно важную роль играет виртуальное общение в жизни молодого поколения. Принято считать, что специфика интернет-социализации оказывает серьезное влияние на расширение социального опыта личности и даже способна направлять вектор социализации человека как в позитивном, так и в девиантном направлении [Недбаева, Ткаченко 2021].

Исследователи подчеркивают, что «социальные сети... в силу ряда своих характеристик (отсутствие пространственно-временных ограничений, виртуализация всевозможных видов деятельности, мозаичность информационных потоков) определяют специфику реализации различных социальных практик, в совокупности репрезентирующих конструктивную активность личности. Личность в социальных сетях Интернета выступает креативным субъектом коммуникации, в которой конституируются социальные смыслы, дискурсы и практики – иными словами, социальная реальность» [Гримов 2016].

Особую роль при этом играют крупные сообщества в социальных сетях, в рамках которых реализуется как массовая коммуникация (через публикации на «стене» паблика, которые отображаются в новостных лентах сотен тысяч читателей), так и межличностная коммуникация (как правило, через комментарии под записями на стене). Дискурс подобных сетевых сообществ в значительной степени отражает широкий спектр граней человеческого бытия, в том числе содержит множественные репрезентации ценностных ориентиров индивида и общества.

### **Постановка проблемы**

В ноябре 2023 года наступающий 2024 год был объявлен *Годом семьи* в Российской Федерации. В связи с этим особое значение приобретают исследования гендерного характера, в том числе изучение функционирования мужских и женских образов, а также концептов мужественности, женственности, семьи в дискурсивных практиках массовых коммуникаций, в том числе осуществляемых в виртуальном пространстве.

В современной ситуации одной из приоритетных задач является грамотная реализация языковой политики государства с опорой на ценностные ориентиры, направленные на единение российского народа. Мужчины и женщины равноценно вовлечены в политическую, экономическую, социальную жизнь страны. Изучение репрезентаций маскулинности и феминности в дискурсе массовых коммуникаций (медиапространство, интернет-пространство) позволит не только исследовать основные тренды формирования и функционирования ценностных ориентиров российского общества по гендерным вопросам, но и заложить основу для грамотного языкового планирования, способствующего закреплению в гендерной концептосфере русскоязычного дискурса адекватных репрезентаций мужчины и женщины. В условиях перенасыщенности коммуникативного пространства информацией различного характера, зачастую несущей в себе противоречащие друг другу гносеологические и аксиологические установки, индивиду становится все сложнее ориентироваться в лавине обрушивающихся на него данных. Глобализация, цифровизация и

мультикультурность современного общества способствуют эскалации проблемы самоопределения человека в различных сферах деятельности, в том числе и в социальных практиках пола. Кризис гендерной идентичности и идентификации, наблюдаемый в мире в целом, делает проблематику репрезентации образов мужчины и женщины в дискурсе массовых коммуникаций особенно актуальной.

Небезосновательным будет предположить, что контент крупных сообществ в социальных сетях с одной стороны представляет собой синтезированный продукт множества коммуникативных, культурных, творческих практик российского социума, отражая бытующие в обществе аксиологические ориентиры и векторы. Таким образом, дискурс сетевых пабликов представляет собой ценный материал для исследований как лингвистического, так и социологического, культурологического, психологического и политологического характера. С другой стороны, коммуникативное пространство социальных сетей может выступать в качестве мощного инструмента для воздействия на массовое и индивидуальное сознание, способствуя формированию и культивации ценностных установок как отдельно взятого индивида, так и крупных социальных групп. Антрополоксемы, функционирующие в текстах сетевых сообществ, являются маркерами экспликации концептов маскулинности, феминности, семьи в концептосфере современного дискурса сетевых массовых коммуникаций.

### **Методология исследования**

Как отмечают исследователи, в настоящее время наблюдается отсутствие единой практико-методологической базы для научных изысканий на материале, взятом из социальных сетей: подобные работы являются разнонаправленными и многоаспектными в связи с новизной и спецификой объекта исследования [Орлова et al. 2021], который эволюционирует быстрее, чем успевает подстраиваться под него научно-исследовательский аппарат.

Автором данной работы осуществляется многоэтапное научное изыскание, *цель* которого – выявление и описание лингвистических маркеров экспликации концепта гендера, а также изучение специфики концептов маскулинности и феминности, которые получили распространение в современном коммуникативном пространстве социальных сетей. Среди *задач* нашего исследования можно выделить следующие:

- в общих чертах определить место гендера в целом, а также представленность мужчин и женщин в концептосфере некоторых крупных сообществ социальной сети «ВКонтакте» в г. Курске;
- изучить специфику функционирования женских форм антрополоксем в текстах пабликов различной тематики;

– в рамках диахронического исследования выявить тенденции в употреблении антрополексем и в частности феминитивов в медиaprостранстве названной выше социальной сети (именно эта задача находится в фокусе внимания в данной статье);

– дать характеристику современным концептам женственности и мужественности через лингвистические маркеры их репрезентации в медийном дискурсе социальных сетей;

– наметить механизмы, тактики и стратегии, имеющие потенциал для управления формированием адекватных понятий о женственности и мужественности в картине мира пользователей Интернета.

Объектом исследования стали антрополексемы как женского, так и мужского рода, включенные в публикуемые в качестве «новостей» тексты на виртуальной «стене» сообществ социальной сети.

На текущий момент в ходе поэтапной реализации научно-исследовательской работы в качестве *материала* исследования были задействованы тексты из двух пользующихся популярностью в г. Курске и Курской области сообществ сети «ВКонтакте»: «Курский Бомонд» [<https://vk.com/kurskbomond>] и «Автокадр\_46» [[https://vk.com/avtokadr\\_46](https://vk.com/avtokadr_46)]. Перечисленные интернет-ресурсы имеют широкую целевую аудиторию и большое количество подписчиков.

Ранее нами было осуществлено сравнение функционирования антрополексем в публикациях двух указанных сообществ, осуществлен количественный и качественный анализ как использования антрополексем в целом, так и употребления феминитивов в дискурсе данных пабликов. Синхроническое исследование выявило, что насыщенность текстов антрополексемами и специфика их использования в сетевом сообществе во многом зависит от тематики данного ресурса: в группе автомобилистов наблюдается намного меньшее количество и разнообразие лексики, называющей человека.

На следующем этапе научного изыскания был осуществлен сравнительный анализ материала из двух выборок текстов из сообщества «Курский Бомонд», датируемых началом и концом 2023 года, для выявления некоторых тенденций в употреблении антрополексем в публикациях городского интернет-сообщества. Диахроническое исследование позволяет определить, какие изменения наблюдаются в функционировании лексики, используемой для номинации человека. Данный вопрос приобретает немалое значение с учетом того, что 2024 год был объявлен Годом семьи. Особое внимание было уделено нами лексике, так или иначе репрезентующей место человека в семье и указывающей на межгендерные отношения.

Автором работы изучены две равноценные по объему выборки текстов нерекламного характера из публикаций «Курского Бомонда» (по 140 текстовых сообщений каждая), размещенные в сообществе с 10 по 21

марта 2023 года, а также с 19 по 26 октября 2023 года. Материал был подвергнут анализу на предмет наличия в нем антрополексем, были получены соответствующие цели и задачи нашей работы, данные количественного и качественного характера по функционированию антрополексем (и, в частности, феминитивов) в текстах материала исследования. Автором были выявлены лексемы, которые с большей или меньшей частотностью применяются для номинации людей женского и мужского пола. Указанные единицы были сгруппированы на основе их семантики, была оценена динамика наполняемости выделенных автором тематических групп и количества словоупотреблений изучаемых антрополексем.

### Результаты и обсуждение

В двух равноценных по количеству текстов выборках из публикаций сообщества «Курский Бомондъ» (за периоды 10.03.2023 – 21.02.2023 и 19.11.2023 – 26.11.2023) автором данной работы было выявлено 119 и 124 антрополексем соответственно. Эти единицы были распределены на несколько выделенных нами тематических групп в зависимости от их семантики, а именно, от того, к какому аспекту человеческого бытия их можно отнести (например, «Профессия и род занятий», «Гражданство и территориальная принадлежность» и т.д.). Категоризация лексем и включение их в ту или иную группу выполнялись исследователем на субъективной основе.

*Таблица*, приводимая ниже, иллюстрирует в наглядной форме количественные результаты выполненной работы. В ней можно ознакомиться с такими показателями, как общее количество антрополексем в двух текстовых выборках, количество слов в каждой тематической группе, а также количество словоупотреблений для этих лексических единиц в единственном и множественном числе. Цветом выделены женские формы антрополексем.

*Таблица.  
Антрополексемы в публикациях «Курского Бомонда»  
в начале и конце 2023 года*

Смысловые группы	<b>Выборка 1 (март 2023)</b> 140 текстов 119 антрополексем (в т.ч. 13 феминитивов) 233 словоупотребления (из них 26 – феминитивов)	<b>Выборка 2 (ноябрь 2023)</b> 140 текстов 124 антрополексемы (в т.ч. 26 феминитивов) 296 словоупотреблений (из них 49 – феминитивов)
<b>Общие</b>	<b>5 лексем (13 употреблений)</b> люди –5 (люди с колясками)–1 человек–5 народ–1 особа–1 молодежь–1	<b>5 лексем (28 употреблений)</b> человек–6 люди–13 взрослые–3 молодежь–1 подросток–2 (подростки–3)

<p><b>Гендер</b></p>	<p><b>7 лексем (23 употребления)</b>                  мужчина–6                      мужик–6                  женщина–2                      (женщины–3)                  женщины-добровольцы–1                  девушка–3                  парень–1                      пацаны–1</p>	<p><b>10 лексем (31 употребление)</b>                  мужчина–3 (мужчины–5)                  женщина–5 (женщины–5) (в том числе «с двумя детьми, «детородного возраста»)                  девушка–2 (девушки–3)                  парень–1                      девочка–2                  паренек–1                      девчуля–1                  мальчик–1                  дама–1 («дама сердца»)                  баба–1 («срочно замуж!»)</p>
<p><b>Гражданство и территориальная принадлежность</b></p>	<p><b>15 лексем (66 употреблений)</b>                  граждане–2                      гражданки–2                  россияне–14                  россияне-нелегалы–1                  курыне–6                      курянин–5                  курянка–4                      (курянки–1)                  курчане–1                  курянин-стриптизер–1                  железногорцы–1                      курчатовец–1                  житель–4                      (жители–14)                  жительница–4                  украинцы–2                      хохлы–1                  горожане–2</p>	<p><b>10 лексем (55 употреблений)</b>                  граждане–3                  россияне–9                  курыне–16                      курянин–5                  курянка–3                      (курянки–2)                  сельчане–2                  жители–7                  жительница–5                  москвичка–1                  приезжая–1                  земляк–1</p>
<p><b>Профессия и род занятий</b></p>	<p><b>39 лексем (49 употреблений)</b>                  таксист–1                      добровольцы–3                  рыбаки–2                      ДПСник–3                  сотрудник–1                      (сотрудники–2)                  синоптики–1                  грузчики–1                      мебельщики–1                  изготовители–1                      врач-волонтер–1                  секретарь–1                      спасатели–1                  дизайнеры–1                      модельеры–1                  архитектор–1                      слесарь–1                  менеджеры–1                      бизнесмен–1                  краеведы–1                      монтажники–1                  медик–1                      ветеринар–1                  певец–1                      дилеры–1                  риелторы–1                      инструктор–1                  военные–1                      военком–1                  запасники–1                      миллиардер–1                  пенсионеры–2                      выпускники–2                  школьник–2                      (школьники–2)                  учащиеся–1                  пятиклассник–1                      студенты–1                  общественники–1                      члены–1                  представители–1</p>	<p><b>42 лексемы (57 употреблений)</b>                  таксисты–2                      таксистка–1                  священники–1                      тренер–1                  рабочие–1                      силовики–1                  работники–1                      военные–2                  пенсионеры–3                      правоохранители–1                  пенсионерка–2                      госслужащие–1                  спасатели–2                      маркетологи–1                  сотрудники–4                      ученые–1                  танцор–1                      копирайтеры–1                  танцовщицы–1                      психологи–1                  активисты–1                  балерина–1 (о ландшафтной фигуре)                  учительница–1                  фермер–2                      специалисты–3                  продавцы–1                      коллеги–1                  официанты–1                      самозанятые–1                  промоутеры–1                      дорожники–1                  дизайнеры–1                      доктор–1                  айтишники–1                      врач–1                  пиарщики–1                      школьники–2                  бухгалтер–1                      однокурсницы–1                  инспектор–1                  фрилансер–1                      (фрилансеры–2)                  спортсмены–1 (ироничное)</p>
<p><b>Власть</b></p>	<p><b>12 лексем (28 употреблений)</b>                  глава–5 (главы–1)                      экс-глава–1                  губернатор–3                      чиновники–3                  вице-премьер–3 (1 раз о женщине)                  президент–2 (президенты–2)                  министр–1                  замминистра–2                  депутат–1 (о женщине), депутаты–1                  лидеры–1                  председатель–1                      князь–1 (историч.)</p>	<p><b>12 лексем (25 употреблений)</b>                  глава–4                  губернатор–2                      директор–2                  мэр–3                  чиновник–1 (чиновники–1)                  депутат–6                  председатель–1                      руководитель–1                  заместитель–1                      начальник–1                  политик–1                  императрица–1 (ироничное: «шальная»)</p>
<p><b>Автомобильное</b></p>	<p><b>2 лексемы (6 употреблений)</b>                  водитель–4                      (водители–1)                  автоледи–1</p>	<p><b>5 лексем (13 употреблений)</b>                  водитель–6                      (водители–3)                  пассажир–1                  пассажирка–1                  автомобилисты–1                  автолюбители–1</p>
<p><b>Семья и дружба</b></p>	<p><b>12 лексем (19 употреблений)</b>                  дети–3                      ребенок–3                  отец–2                      (отцы–1)                  дочь–1                      сын–1                  родные–1                      близкие–1                  родители–1                      родственники–1                  семья–1                  друзья–1                      товарищ–2</p>	<p><b>15 лексем (55 употреблений)</b>                  семья–11                      (семьи–3)                  муж–3                      родственники–1                  муж-стрелок–1                  жена–1                  супруга–2                  родитель–1                      (родители–5)                  дети–13                      ребенок–5</p>

		отец–2 сын–1 возлюбленная-1 пары–2 (« <i>семейные</i> », « <i>бездетные</i> ») товарищ–2 ( <i>ироничное</i> )
<b>Ситуационная роль</b>	<b>11 лексем (11 употреблений)</b> желающие–1 любители–1 владельцы–1 прохожие–1 очевидцы–1 респонденты–1	<b>11 лексем (13 употреблений)</b> покупатели–1 покупательница–1 посетитель–1 посетительница–1 участники–1 нуждающиеся–1 владелец–2 хозяин–1
<b>Криминал/ Происшествия</b>	<b>8 лексем (8 употреблений)</b> заявители–1 пострадавшая–1 мошенник–1 аферисты–1	<b>3 лексемы (4 употребления)</b> пострадавшие–2 свидетели–1 подсудимый–1
<b>Моральная оценка личности</b>	<b>5 лексем (6 употреблений)</b> неадекват–1 обманщик–1 герой–1 ( <i>иронич.</i> )	<b>8 лексем (8 употреблений)</b> нелюди–1 быдло–1 затейница–1 ( <i>ироничное</i> ) кроты–1 ( <i>уничжительное</i> ) австралиец–1 ( <i>ироничное: о человеке, делающем все наоборот</i> )
<b>Участие в сетевом сообществе</b>	<b>3 лексемы (4 употребления)</b> комментаторы–1 подписчик–1 админ–1	<b>3 лексемы (7 употреблений)</b> подписчик–3 подписчица–1 админ–1

Как видно из представленных данных, общее количество антрополоксем в двух выборках текстов примерно равноценно (однако в ноябрьской выборке количество словоупотреблений несколько больше – 296 по сравнению с 233 в предыдущей подборке из 140 текстов). Незначительное расхождение в общем количестве выявленных лексем, называющих человека, автор исследования считает связанным с неодинаковым объемом изученных выборок по количеству слов в текстах: хотя каждая выборка включала 140 публикаций, охваченные текстовые произведения не были идентичны по объему.

Примечательно, тем не менее, что в осенней выборке было выявлено 26 феминитивов (употребленных в текстах всего 49 раз). Количество женских форм антрополоксем в весенней выборке составляло всего 13 слов, что ровно в 2 раза меньше (и 26 словоупотреблений). Таким образом, можно отметить тенденцию к расширению использования женских форм антрополоксем. Наиболее очевидна активизация употребления феминитивов в смысловых группах «Профессия и род занятий» (например, *пенсионерка, таксистка, танцовщицы, учительница*), «Ситуационная роль» (*покупательница, посетительница*). Впрочем, нельзя не отметить, что зафиксированные женские формы лексем не являются неологизмами: данные слова хорошо знакомы и привычны для всех носителей русского языка.

Большее количество употреблений женских антрополоксем в группах «Гендер» и «Семья и дружба» в осенней выборке текстов видится

в немалой степени связанным с отсутствием парных мужских лексем для номинации референток: *жена*, *дочь* или, например, *девочка* не могут быть названы аналогичной лексемой мужского рода (в отличие от *учительница* – *учитель* или *покупательница* – *покупатель*). Таким образом, если в ситуациях с учительницей или пенсионеркой существуют альтернативы для номинации референтки, то жену или девочку невозможно либо весьма затруднительно назвать иначе (к примеру, «супругом женского пола»). Впрочем, выявленные во второй выборке текстов феминитивы тоже не являются неологизмами: они закреплены в словарях и относятся к общеупотребительной лексике.

Второй очевидной тенденцией в функционировании антрополоксем в текстах рассматриваемого сетевого паблика является существенное расширение употребления слов, относящихся к тематике семьи. При незначительном увеличении количества выявленных в материале антрополоксем в рамках данной тематической группы (от 12 единиц в первой выборке до 15 во второй) сильно выросло количество словоупотреблений указанных лексем (с 19 весной до 55 осенью). Таким образом, можно сделать вывод, что намеченный Президентом и Правительством Российской Федерации курс на привлечение внимания к вопросам семьи молниеносно нашел отражение в дискурсе интернет-сообщества: все большее количество публикаций посвящается вопросам брака, родительства, детства.

### **Выводы**

Диахроническое исследование, пусть и охватывающее небольшой период времени, позволило зафиксировать некоторые общие тенденции в функционировании антрополоксем в дискурсе популярного городского сетевого сообщества.

В текстах паблика «Курский Бомондъ» нами было выявлено достаточно большое разнообразие антрополоксем, которые чаще всего являются или демонимами (этнохоронимами, катойконимами), то есть содержат указание на место проживания референтов, или же именуют людей по роду занятий. Вторая из указанных тематических групп лексики является самой обширной и разнообразной по наполняемости. Как очевидно из сказанного выше, именно принадлежность к территориальному, локальному «комьюнити» может рассматриваться как основополагающий фактор для объединения участников сетевого сообщества на базе общности интересов, а профессиональная деятельность (род занятий) во многом определяет быт и повседневные проблемы, чаяния подписчиков интернет-ресурса.

Следует отметить, что слова, которые могут быть выделены в тематическую группу «Семья и дружба» (например, *родители*, *дети*, *отцы*, *друзья*) были относительно частотны в текстах выбранного для

анализа сетевого сообщества и ранее, но в последние месяцы отчетливо прослеживается тенденция к повышению частотности использования данной группы лексики. Таким образом, объявление 2024 года Годом семьи не могло не отразиться на тематике, охватываемой дискурсом массовых коммуникаций в виртуальном пространстве сетевых сообществ.

Другой выявленной нами тенденцией стало существенное расширение функционирования феминитивов в текстах исследуемого публика. Наблюдается не только увеличение общего количества словоупотреблений женских форм антрополексем, но и большее разнообразие в используемой лексике: наиболее примечательно задействие феминитивов, называющих род занятий референтки (*таксистка, пенсионерка, учительница, танцовщицы*) и ситуационную роль (*покупательница, посетительница*), чего в первой выборке текстов зафиксировано не было. Тем не менее выявленные феминитивы не являются неологизмами или окказионализмами: они относятся к общеупотребительным и хорошо знакомы носителям русского языка, поэтому воспринимаются читателями как естественный и даже предпочитаемый вариант словоупотребления.

Результаты описанного в работе этапа эмпирического исследования подтверждают мнение ученых о том, что именно интернет-коммуникация выступает плацдармом для распространения лингвистических инициатив [Кубаева 2022], молниеносно отражая происходящие в социуме явления и намечающиеся тенденции в межличностной и массовой коммуникации. В современных условиях можно прогнозировать дальнейшее расширение функционирования в дискурсе социальных сетей как женских форм антрополексем, так и лексики, связанной с тематикой брака, семьи, рождения и воспитания детей. Критически важным моментом, однако, является то, насколько адекватными и позитивными, просоциально направленными будут создаваемые образы.

### **Библиографический список**

Гримов О.А. Социокультурное самоконструирование личности в социальных сетях Интернета [Электронный ресурс] // Электронный научно-публицистический журнал "Homo Cyberus". 2016. №1. URL: [http://journal.homocyberus.ru/sociokulturnoe\\_samokonstruirovanie\\_lichnosti\\_v\\_socsetyah#overlay-context=grimov](http://journal.homocyberus.ru/sociokulturnoe_samokonstruirovanie_lichnosti_v_socsetyah#overlay-context=grimov) (дата обращения: 01.06.2024).

Лебедева С.В., Денисова В.В., Дмитриева Е.В. Язык и действительность: некоторые аспекты взаимодействия [Электронный ресурс] // Теория языка и межкультурная коммуникация. 2021. № 1 (40). URL: [https://api-mag.kursksu.ru/api/v1/get\\_pdf/3941/](https://api-mag.kursksu.ru/api/v1/get_pdf/3941/) (дата обращения: 01.06.2024).

Кубаева О.В. Новая волна феминитивов в современном русском языке // Социально-гуманитарные знания. 2022. №3. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/novaya-volna-feminitivov-v-sovremennom-russkom-yazyke> (дата обращения: 07.06.2024).

Недбаева С.В., Ткаченко В.В. Тенденции и психологические особенности социализации личности в интернет-пространстве [Электронный ресурс] // Новая психология профессионального труда педагога: от нестабильной реальности к устойчивому развитию. 2021. №1. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/tendentsii-i-psihologicheskie-osobennosti-sotsializatsii-lichnosti-v-internet-prostranstve> (дата обращения: 01.06.2024).

Орлова В.В., Перин А.С., Александрова Ю.К., Петров Е.Ю., Гойко В.Л. Особенности исследования процесса формирования сообществ социальных сетей в сети ВКонтакте // Социология. 2021. №1. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/osobennosti-issledovaniya-protsesta-formirovaniya-soobschestv-sotsialnyh-setey-v-seti-vkontakte> (дата обращения: 06.06.2024).

### Список использованных электронных ресурсов

Автокадр\_46. ДТП, ЧП, Аварии Курска и области. ©Avtokadr\_46. [Электронный ресурс]. URL: [https://vk.com/avtokadr\\_46](https://vk.com/avtokadr_46) (дата обращения: 27.09.2023).

Курский Бомондъ. Городское сообщество [Электронный ресурс]. URL: <https://vk.com/kurskbomond> (дата обращения: 25.05.2024).

### References

Grimov O.A. Sociokul'turnoe samokonstruirovaniye lichnosti v social'nyh setyah Interneta [Elektronnyj resurs] // Elektronnyj nauchno-publicisticheskiy zhurnal "Homo Cyberus". 2016. №1. URL: [http://journal.homocyberus.ru/sociokulturnoe\\_samokonstruirovaniye\\_lichnosti\\_v\\_socsetyah#overlay-context=grimov](http://journal.homocyberus.ru/sociokulturnoe_samokonstruirovaniye_lichnosti_v_socsetyah#overlay-context=grimov) (data obrashcheniya: 01.06.2024).

Lebedeva S.V., Denisova V.V., Dmitrieva E.V. YAzyk i dejstvitel'nost': nekotorye aspekty vzaimodejstviya [Elektronnyj resurs] // Teoriya yazyka i mezhkul'turnaya kommunikaciya. 2021. № 1 (40). URL: [https://apimag.kursksu.ru/api/v1/get\\_pdf/3941/](https://apimag.kursksu.ru/api/v1/get_pdf/3941/) ; [https://elibrary.ru/download/elibrary\\_44965256\\_11521279.pdf](https://elibrary.ru/download/elibrary_44965256_11521279.pdf) (data obrashcheniya: 01.06.2024).

Kubaeva O.V. Novaya volna feminitivov v sovremennom russkom yazyke // Social'no-gumanitarnye znaniya. 2022. №3. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/novaya-volna-feminitivov-v-sovremennom-russkom-yazyke> (data obrashcheniya: 07.06.2024).

Nedbaeva S.V., Tkachenko V.V. Tendencii i psihologicheskie osobennosti socializacii lichnosti v internet-prostranstve [Elektronnyj resurs] // Novaya psihologiya professional'nogo truda pedagoga: ot nestabil'noj real'nosti k ustojchivomu razvitiyu. 2021. №1. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/tendentsii-i-psihologicheskie-osobennosti-sotsializatsii-lichnosti-v-internet-prostranstve> (data obrashcheniya: 01.06.2024).

Orlova V.V., Perin A.S., Aleksandrova YU.K., Petrov E.YU., Gojko V. L. Osobennosti issledovaniya processa formirovaniya soobshchestv social'nyh setej v seti VKontakte // Sociologiya. 2021. №1. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/osobennosti-issledovaniya-protsesta-formirovaniya-soobschestv-sotsialnyh-setey-v-seti-vkontakte> (data obrashcheniya: 06.06.2024).

Avtokadr\_46. ДТП, ЧП, Аварии Курска и области. ©Avtokadr\_46. URL: [https://vk.com/avtokadr\\_46](https://vk.com/avtokadr_46) (data obrashcheniya: 27.09.2023).

Kurskij Bomond`. Gorodskoe soobshhestvo. URL: <https://vk.com/kurskbomond> (data obrashcheniya: 25.05.2024).