

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ  
ЧЕРНІВЕЦЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ  
ІМЕНІ ЮРІЯ ФЕДЬКОВИЧА**

**Факультет іноземних мов  
кафедра англійської мови та літератури**

**Мовні засоби вербалізації концепту ЖІНКА: лінгвокогнітивний аспект  
(на матеріалі сучасного англомовного медійного онлайн-дискурсу)**

**Кваліфікаційна робота  
Рівень вищої освіти – другий (магістерський)**

***Виконала:***

студентка 6 курсу, 611 групи

**Лінчевська Олександра Андріївна**

***Керівник:***

професор, доктор філологічних наук

**Колесник О.С**

*До захисту допущено  
на засіданні кафедри  
протокол № \_\_\_\_\_ від \_\_\_\_\_ 2023 р.  
Зав. кафедрою \_\_\_\_\_ проф. Єсипенко Н.Г.*

**Чернівці – 2023**

## Анотація

ЛІНЧЕВСЬКА, Олександра. 2023. Мовні засоби вербалізації концепту ЖІНКА: лінгвокогнітивний аспект (на матеріалі сучасного англomовного медійного онлайн-дискурсу). [Магістерська робота]. – Чернівецький національний університет імені Юрія Федьковича. Факультет іноземних мов. – Науковий керівник: професор, доктор філологічних наук Колесник О.С. Чернівці: ЧНУ, 2023. 97 с.

Актуальність дослідження зумовлена тим, що цифрові медіа і блоги набули значної популярності і мають значний вплив на свідомість і підсвідомість читачів. У текстах блогів відображаються гендерні взаємовідносини у вигляді гендерних маркерів, концептуальних моделей, мовних стереотипів.

У цьому дослідженні визначено базові поняття гендеру з погляду соціолінгвістичних і лінгвокогнітивних підходів, дискурсивні характеристики гендеру, системно-універсологічний вимір гендеру, структурні та змістові характеристики концепту ЖІНКА в концептуальних картинах світу. Окрім того проаналізовано лінгвокогнітивні основи вербалізації стереотипів, специфіку гендерно-маркованого дискурсу, характеристики блогу як гендерно-маркованого дискурсу, досліджено тактико-стратегічне аранжування англomовних гендерно-маркованих блогів, жанрово-дискурсивну репрезентацію концепту ЖІНКА у структурі блог-дискурсу, когнітивно-риторичні властивості гендерно-маркованого блог-дискурсу, лінгвостилістичні властивості вербалізаторів концепту ЖІНКА у англomовному блог-дискурсі.

Матеріалом дослідження є вербалізатори концепту ЖІНКА, відібрані методом наскрізної вибірки з англomовного блогу «Gawker».

Ключові слова: гендер, концепт, когнітивна лінгвістика, концептуальне поле, фрейм, гендер, гендерні маркери, гендерно-маркована лексика, гендерні

стереотипи, гендерний дискурс, гендерно-маркований дискурс, публіцистичний дискурс, блог.

## **Abstract**

LINCHEVSKA, Oleksandra. 2023. Linguistic means of verbalizing the concept of WOMAN: linguistic-cognitive aspect (on the material of modern English-language online media discourse). [Master thesis]. – Yuriy Fedkovych Chernivtsi National University. Faculty of Foreign Languages. Academic supervisor: Professor, Doctor of Philological Sciences Kolesnyk O.S. Chernivtsi: Chernivtsi National University, 2023. 97 p.

The relevance of the research is determined by the fact that digital media and blogs have gained significant popularity and have a significant impact on the consciousness and subconsciousness of readers. The blog texts reflect gender relations in the form of gender markers, conceptual models, and linguistic stereotypes.

In this study, the basic concepts of gender from the point of view of sociolinguistic and linguocognitive approaches, discursive characteristics of gender, systemic and universal dimension of gender, structural and content characteristics of the concept WOMAN in conceptual world pictures are determined. In addition, the linguistic and cognitive bases of the verbalization of stereotypes, the specifics of gender-marked discourse, the characteristics of a blog as a gender-marked discourse, the tactical and strategic arrangement of English-language gender-marked blogs, the genre-discursive representation of the WOMAN concept in the structure of blog discourse, the cognitive-rhetorical properties of gender-marked blog discourse, linguistic stylistic properties of verbalizers of the WOMAN concept in English-language blog discourse.

The material of the research is the verbalizers of the WOMAN concept, selected by the method of cross-sampling from the English-language blog "Gawker".

Key words: gender, concept, cognitive linguistics, conceptual field, frame, gender, gender markers, gender-marked vocabulary, gender stereotypes, gender discourse, gender-marked discourse, journalistic discourse, blog.

Кваліфікаційна робота містить результати власних досліджень. Використання ідей, результатів і текстів наукових досліджень інших авторів мають посилання на відповідне джерело.

\_\_\_\_\_ О.А. Лінчевська

## **ЗМІСТ**

ВСТУП .....	3
<b>РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГІЧНІ ОСНОВИ МІЖДИСЦИПЛІНАРНОГО ДОСЛІДЖЕННЯ ЗАСОБІВ ВЕРБАЛІЗАЦІЇ КОНЦЕПТУ ЖІНКА .....</b>	<b>6</b>
1.0 Вступні зауваження .....	6
1.1. Гендер у міждисциплінарному вимірі .....	6
1.1.1. Соціолінгвістичний підхід .....	6
1.1.2. Лінгвокогнітивний ракурс .....	9
1.1.3. Дискурсивні характеристики .....	13
1.1.4. Системно-універсологічний вимір .....	15
1.2 ЖІНКА у концептуальних картинах світів .....	19
1.2.1. Структурні та змістові характеристики концепту .....	19
1.2.2. Типологічні характеристики концепту .....	23
1.3. Лінгвокогнітивні основи вербалізації стереотипів .....	26
1.3.1. Статусно-рольова категоризація .....	26
1.3.2. Концептуальні моделі .....	29
1.4. Специфіка гендерно-маркованого дискурсу .....	33
Висновки до розділу 1 .....	37
<b>РОЗДІЛ 2. ДИСКУРСИВНО-РИТОРИЧНІ ОСОБЛИВОСТІ МОВНИХ ЗАСОБІВ ВЕРБАЛІЗАЦІЇ КОНЦЕПТУ ЖІНКА В АНГЛОМОВНИХ БЛОГАХ .....</b>	<b>38</b>
2.0 Вступні зауваження .....	38
2.1. Блог як гендерно-маркований дискурс .....	38
2.2. Тактико-стратегічне аранжування англомовних гендерно- маркованих блогів .....	43

2.3. Жанрово-дискурсивна репрезентація концепту ЖІНКА у структурі блог-дискурсу .....	47
2.4. Когнітивно-риторичні властивості гендерно-маркованого блог-дискурсу .....	52
2.5. Лінгвостилістичні властивості вербалізаторів концепту ЖІНКА у англomовному блог-дискурсі .....	57
Висновки до розділу 2 .....	62

**РОЗДІЛ 3. ЛІНГВОКОГНІТИВНІ ОСОБЛИВОСТІ МОВНИХ ЗАСОБІВ ВЕРБАЛІЗАЦІЇ КОНЦЕПТУ ЖІНКА В АНГЛОМОВНИХ БЛОГАХ .....**

3.0 Вступні зауваження .....	64
3.1. Лінгвоконцептуальне підґрунтя репрезентацій .....	64
3.1.1. Типові концептуальні моделі .....	69
3.1.2. Сценарні репрезентації в аспекті фреймової семантики .....	73
3.2. Когнітивно-прагматичні характеристики мовних засобів вербалізації концепту ЖІНКА в англomовних блогах .....	78
3.3. Номінації концепту ЖІНКА в англomовних блогах з позицій теорії силової динаміки .....	80
Висновки до розділу 3 .....	84
<b>ЗАГАЛЬНІ ВИСНОВКИ .....</b>	<b>85</b>
<b>СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ .....</b>	<b>91</b>

## ВСТУП

В останні десятиліття спостерігається зростання кількості досліджень у напрямку репрезентації жінок і чоловіків в різних дискурсах. Акцент при цьому робиться на гендерних ознаках. Гендер стать характеризує жінку і чоловіка не лише як окремих індивідів, а також відображає взаємостосунки між двома статями як між двома великими соціальними групами. Гендерні взаємовідносини реалізуються через ролі жінок і чоловіків у соціумі, їх побудову і розвиток. Вони відображаються у мові у вигляді гендерних маркерів, концептуальних моделей, мовних стереотипів. Все це має вплив на поведінку людини в мовному розрізі і на її мовну соціалізацію. Лінгвістичні методи аналізу дають можливість дослідити і з'ясувати відображення уявлень, бачень, які є в свідомості мовців.

**Мета** роботи полягає у багатоаспектному аналізі вербалізаторів концепту ЖІНКА в англomовній блогосфері.

Для досягнення поставленої мети у дослідженні передбачено виконання таких **завдань**:

- дати визначення базових понять гендеру в міждисциплінарному вимірі, зокрема розглянути соціолінгвістичний і лінгвокогнітивний підходи;
- визначити дискурсивні характеристики гендеру;
- з'ясувати системно-універсологічний вимір гендеру;
- визначити структурні та змістові характеристики концепту ЖІНКА в концептуальних картинах світу;
- проаналізувати лінгвокогнітивні основи вербалізації стереотипів, зокрема те, що стосується статусно-рольової категоризації, концептуальних моделей;
- охарактеризувати специфіку гендерно-маркованого дискурсу;
- визначити характеристик блогу як гендерно-маркованого дискурсу;
- дослідити тактико-стратегічне аранжування англomовних гендерно-маркованих блогів;



- проаналізувати жанрово-дискурсивна репрезентація концепту ЖІНКА у структурі блог-дискурсу;
- дослідити когнітивно-риторичні властивості гендерно-маркованого блог-дискурсу;
- описати лінгвостилістичні властивості вербалізаторів концепту ЖІНКА у англomовному блог-дискурсі;
- розглянути концептуальне поле ЖІНКА (WOMAN) у публікаціях англomовного блогу;
- визначити лінгвоконцептуальне підґрунтя репрезентацій, зокрема типові концептуальні моделі і сценарні репрезентації в аспекті фреймової семантики;
- описати когнітивно-прагматичні характеристики мовних засобів вербалізації концепту ЖІНКА в англomовному блозі;
- проаналізувати номінації концепту ЖІНКА в англomовному блозі з позицій теорії силової динаміки.

**Об’єктом дослідження** є номінативні одиниці, що вербалізують концепт ЖІНКА в сучасних англomовних блогах.

**Предмет дослідження** становлять лінгвокогнітивні особливості зазначених одиниць.

**Матеріал дослідження** становлять вербалізатори концепту ЖІНКА, бідібрані методом наскрізної вибірки з англomовного блогу «Gawker».

**Методи дослідження** детерміновані вищеописаними завданнями, матеріалом, а також спрямованістю магістерської роботи. Методи мають комплексний характер. У дослідженні застосовано: метод аналізу, метод синтезу для поєднання різних елементів дослідження в єдине ціле, метод описового аналізу з метою пояснення специфіки головних понять, метод індукції, метод дедукції, метод суцільної вибірки для знаходження і гендерно-маркованих одиниць, метод інтерпретаційного дослідження, фреймовий

метод когнітивного моделювання, кількісний метод з метою підрахунку кількості гендерно-маркованих одиниць.

**Теоретичне значення** магістерської роботи - систематизація визначень, термінів і базових положень лінгвокогнітивного підходу, гендерного дискурсу, гендерно-маркованого дискурсу, обґрунтування розуміння гендерних стереотипів, гендерних маркерів, концептуальних моделей, а також дослідження і аналіз основних характеристик жіночих персонажів англомовного блогу «Gawker».

**Практична цінність** магістерської роботи вбачається в можливості застосування її результатів в наступних дослідженнях, які будуть пов'язані з репрезентацією концепту ЖІНКА в англомовних блогах.

**Апробація роботи.** Окремі положення та результати дослідження апробовано у тезах студентської наукової конференції *Чернівецького національного університету імені Юрія Федьковича (25-27 квітня 2023 року)* – Лінгвокогнітивне підґрунтя сучасної англомовної блогосфери та у статті у збірнику наукових праць «Магістерські студії» «Гендерна маркованість американського блогу «Gawker» (2023).

**Структура та обсяг роботи.** Робота загальним обсягом становить 97 сторінок (текст магістерської роботи становить 90 сторінок), складається зі вступу, трьох розділів із висновками до кожного з них, загальних висновків, списку використаних джерел. Список використаних джерел складається з 74 позицій, у тому числі іноземними мовами.

# РОЗДІЛ 1

## ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГІЧНІ ОСНОВИ

### МІЖДИСЦИПЛІНАРНОГО ДОСЛІДЖЕННЯ ЗАСОБІВ ВЕРБАЛІЗАЦІЇ

### КОНЦЕПТУ ЖІНКА

#### 1.0. Вступні зауваження

За своєю суттю гендер є соціальною статтю, певним екзистенційним конструктом, в якому синтезувалися культурні, біологічні, релігійні рівні в свідомості і світосприйнятті людини. Гендерний напрямок наукових досліджень полягає у визначенні, дослідженні, аналізі соціальних стереотипів, установок, поглядів.

Гендерна теорія має кардинально протилежну думку про «винятковість» біологічної статі, тобто гендерні ролі не обумовлюються біологічною природою чоловіка та жінки.

#### 1.1. Гендер у міждисциплінарному вимірі

##### 1.1.1. Соціолінгвістичний підхід

Головна увага в соціолінгвістичних дослідженнях приділяється вивченню суспільного характеру виникнення мови, її розвитку і функціонуванню в тому чи іншому соціумі; як відображається її природа взаємозв'язків з соціумом; формування і відображення суспільної диференціації згідно з соціальним поділом на класи, верстви і різні групи; як відрізняється використання мови у різних сферах її застосування; за допомогою яких способів і форм суспільство свідомо впливає на мову. Мова розглядається як «духовно-синергетичне явище у соціальному та особистісному вимірах» [41].

Отже, мова є зв'язковою ланкою індивіда і соціуму та інструментом формування суспільства. Водночас людину як частину соціуму і представника тієї чи іншої соціальної групи ідентифікують за допомогою чималої кількості

стосунків, які вона має з іншими членами соціуму, тому специфіка мовної поведінки індивіда обумовлена суспільними факторами [41].

За допомогою соціального статусу ідентифікують становище особи чи соціальної групи відповідно до інших людей і груп як соціально значущими одиницями для певної соціальної системи за визначеними цією системою критеріями. Суб'єктами соціальних статусів можуть бути окрема взята людина або суспільна група. Відповідно соціальний статус може бути індивідуальний (батько, мати тієї чи іншої дитини) чи груповий (загалом батьки) [39].

Частину соціальних статусів людина набуває (національність), частина є вродженою (стать, раса), інша частина формується в родинному колі (мати, батько, дитина), політичних (депутат) і правових (громадянин) умовах. Спектр набутих статусів широкий порівняно з вродженими, наприклад, «статус одруженого, робітника, студента» [40]. Соціальний статус належить до категорії родових понять, оскільки статус учня, робітника чи студента мають одночасно мільйони людей. Тож соціальні статуси зумовлюють формування великих соціальних груп, сукупність яких становить соціальний склад населення [40].

З поняттям соціального статусу нерозривно пов'язане поняття соціальної ролі. Соціальна роль є моделлю поведінки суб'єкта згідно з його соціальним статусом. Поведінку відповідно до соціальної ролі визначають соціальні норми. Гендерні ролі - це сформовані норми і правила поведінки чоловіків і жінок, які опираються на традиційні очікування і бачення, пов'язані зі статтю [31]. Гендерні ролі відрізняються у кожному соціумі. Ця відмінність пов'язана з культурою, яка є в тому чи іншому суспільстві. Вони змінюються з часом. Гендерні ролі відображаються і через мовні аспекти.

Гендер є змодельованою соціумом і підтримувана соціальними інститутами система цінностей, норм і характеристик чоловічої й жіночої поведінки, стилю життя, способу мислення, ролей та стосунків жінок і чоловіків, що визначається соціальним, політичним, економічним і культурним

контекстами буття й фіксує уявлення про жінку та чоловіка залежно від їх статі [16, с. 113].

Соціологія розглядає гендер «як соціально-сконструйоване ставлення відповідно до категоризації індивідів за ознаками статі» [31, с. 24]. Кожна людина формує власну гендерну поведінку за допомогою усвідомлених і неусвідомлених уявлень, установок, життєвого досвіду і стереотипів.



*Рис. 1.1. Етапи формування гендерної ролі.*

Дискурсивні зміст і структура є відображенням того, як люди уявляють собі світ, вони також створюють «символічну реальність зі своїми соціальними законами та правилами поведінки» [14, с. 135]. З цієї причини члени соціуму мають потребу самовизначення, іншими словами, вибору ідеологічних уподобань, світоглядних орієнтирів, стилю життя. [36, с. 169].

Основою сприйняття суспільної реальності є інтерпретація соціального факту чи явища, яка в свою чергу впливає на процес самовизначення людини у соціумі. Самовизначення особи опирається на систему цінностей, з якими людина ідентифікує себе і ці цінності вона намагається реалізувати у повсякденних практиках.

Суспільна цілісність досягається за допомогою ідентифікації. Соціальний суб'єкт спершу усвідомлює себе індивідом, згодом особистістю, співставляючи себе з зовнішніми цінностями, чинниками, індивідами. Таким чином соціальний суб'єкт знаходиться у постійному «пошуку себе» завдяки участі у дискурсах [14, с. 19].

Комплексний процес засвоєння і відтворення людиною свого соціально-культурного досвіду (знань, норм, цінностей, традицій, моралі), який базується на результатах її діяльності, стосунків, спілкування є соціалізацією індивіда. У цьому процесі важливий фактор розвитку і росту особистості. Соціалізація є одним з важливих суспільних процесів, який дає можливість людині повноцінно існувати в середині того чи іншого суспільства. Цей процес має двосторонню дію, оскільки людина не тільки отримує важливий соціальний досвід, а й реалізовує соціальні зв'язки. Під час соціалізації людина здобуває навички адаптації і відособлення. Фактично це допомагає їй зберегти власну суб'єктність в умовах того чи іншого соціуму [39].

Водночас гендерна соціалізація є процесом освоєння людиною суспільної ролі, яку підготував їй соціум з перших днів її народження залежно від статі. У формуванні статевої ролі та статевої свідомості суспільство керується стандартами фемінності і маскулінності [31]. Гендерна соціалізація триває упродовж життя людини. Доросла особа має сформовані цінності та орієнтири щодо своєї статі. Гендерну ресоціалізацію люди можуть проходити під впливом певних обставин, коли відбувається руйнування раніше сформованих цінностей і формування інших моделей поведінки [31].

### **1.1.2. Лінгвокогнітивний ракурс**

Мова людини в першу чергу залежить від самого процесу мовлення і водночас відображається в ньому, тому гендерні прояви і ознаки можна визначити під час мовної комунікації за допомогою ретельного аналізу та опису мовленнєвої поведінки людей за такими характеристиками, як

комунікативна привітність, вміння підтримувати комунікацію, емоційність, співвідношенням невербальної і вербальної комунікації, а також міміка, жестикуляція, темп і гучність спілкування. Гендерний статус, гендерна ієрархія, а також гендерні моделі поведінки людей формуються соціумом, підтримуються соціальними інституціями і культурними традиціями. Гендерні взаємовідносини відіграють важливу роль в соціальній організації і відображають її системні показники, структурують взаємодію між суб'єктами соціуму [13, с.4]. Гендер є станом буття жінки та чоловіка в розрізі соціальних і культурних аспектів [52].

Отже, поняття «гендер» стосується опису і характеристики суспільних, психологічних і культурних аспектів чоловічого і жіночого, фемінності і маскулінності. Ці характеристики формують норми, риси, стереотипи, норми, ролі для жінок і чоловіків у соціумі [13, с.4].

Стереотипність щодо жінок і чоловіків відображається у поведінці і мовленні статей. Стереотипи допомагають людям краще сприймати інформацію, сортувати інших людей щодо їх класової приналежності, фізичних показників (стать, раса, вік). «Стереотип є формою раціонального пізнання світу, яке спрощує і прискорює обробку інформації» [5, с.45]. Фактично стереотипи є специфічною формою передавання і збереження оцінок, знань і досвіду, «тобто концепторієнтуючої поведінки» [24, с.95].

Стереотипи тісно пов'язані з людськими мисленням, осмисленням реальності, пов'язані з когнітивною діяльністю особистості. Серед причини виникнення стереотипів можна виокремити такі, як здатність людини робити умовиводи в результаті отриманого досвіду, зроблених помилок, здатності до індукції і дедукції в процесі мислення. Кожен стереотип має свої ознаки та атрибути і використовується учасниками комунікації для оцінки приналежності людей чи предметів до певної групи, класу за ознаками схожості [13, с.120]. Вони виконують низку функцій, зокрема когнітивну (допомагає впорядковувати інформацію), афективну (відбувається зіставлення

«свого» і «чужого»), соціальну (ідентифікація за ознаками «внутрішньогрупового» і «зовнішньогрупового») [13, с.96].

Гендерний стереотип відображає суспільні погляди, думки, позицію про норми поведінки чоловіка і жінки, їх призначення. Кожен соціум визначає своє бачення маскулінності та фемінності, формуючи стандарти «типової жінки» і «типового чоловіка», укладає відповідно до цього риси, якими вони повинні володіти, призначає соціальні ролі, манеру поведінки обох статей.

Гендерний стереотип в своїй основі має суспільну природу і є «продуктом соціально-культурних норм та очікувань» [27, с.96]. Він має мінливий характер, адже соціальні очікування змінюються з плином часу, під впливом певних обставин. Гендерний стереотип людина засвоює під час своєї соціалізації. засвоюються в процесі соціалізації.

Низка досліджень щодо уявлень і очікувань з приводу жінок і чоловіків виявили чимало цікавих фактів. Побутує соціальне очікування щодо виконання жінкою естетичної функції (красива, доглянута, жіночна, гуманна добра). Водночас суспільство приписує жінці істеричність, нестриманість, депресивність, балакучість. Щодо чоловіків, то суспільство бачить їх мужніми, захисниками, впевненими, діловими, цілеспрямованими, а також агресивними, жорстокими, егоїстичними і самовпевненими. У такий спосіб формуються категорії.

Категоризація є способом «підведення речі, явища, процесу і будь-який аналізованої сутності під певну рубрику досвіду або знання і визнання її членом цієї категорії» [22]. Категоризація відображає знання, якими володіють люди і застосовують їх під час використання мови для комунікації з іншими членами суспільства, з метою збереження, передавання і отримання інформації.

Дж. Лакофф наголошує на тому, що категоризація дає людині можливість адекватно існувати у світі матеріальному, суспільному, реалізовуватися інтелектуально. Людина сформувала категорії під все, що вона може досягнути



розумом. Відповідно зміна «самого поняття категорії означає зміну нашого розуміння світу, всієї області наших знань» [58].

На думку Дж. Лакоффа, основою категоризації є когнітивні моделі, які мають загальні риси для всіх людей. Таким чином категоризація бачиться розумовим процесом, пов'язаним з пізнавальною діяльністю людини. А гендерна категоризація відображає процес «об'єднання об'єктів в категорію за гендерною ознакою». [58].

Гендерні уявлення утворюють ментальні структури, які Дж. Лакофф «назвав ідеалізованими когнітивними моделями (ІКМ)» [58]. Є Лакофф запропонував принципи структурування: «пропозиціональні моделі, схематичні моделі образів, метафоричні моделі, метонімічні моделі [58].

У своєму дослідженні ми також опиралися на класифікацію фреймів С. Жаботинської, яка виділила базові види фреймових структур, беручи за основу характер взаємозв'язків між складовими частинами фрейму. Вона виділила «предметно-центричний, акціональний, партонімічний, гіпонімічний і асоціативний фрейми» [12, 16]. На думку С. Жаботинської, до складу предметно-центричного фрейму входять системи пропозицій, де до логічного суб'єкта приєднується логічні предикати. Складовими акціонального фрейму є предмети, які мають семантичні ролі, при цьому акцент робиться на взаємодію одного предмета з іншими. Предметні складові партонімічного фрейму мають співвідношення між собою як ціле і частина його. Предметні частини гіпонімічного фрейму об'єднуються за принципом родо-видових взаємозв'язків. Асоціативний фрейм відображає відношення схожості, яке базується на зближенні концептів у мисленні індивіда [12, 16].

Отже, з вищесказаного робимо висновок, що гендерні особливості під час комунікації відіграють важливу роль і виступають одним з головних критеріїв мовленнєвої поведінки індивідів.

### 1.1.3. Дискурсивні характеристики

У сучасній лінгвістиці не знайдемо однозначного підходу у трактуванні поняття «дискурс», оскільки воно є багатовимірним і застосовується у різних контекстах. «Дискурс є середовищем функціонування різноманітних мовних і мовленнєвих явищ, а також оперативним простором динамічного смислотворення [20, с. 161]. Будь-який текст вже є відображенням або важливим елементом суспільного досвіду; дискурс як мовне утворення потрібно розглядати як відповідник того чи іншого соціального досвіду з огляду на суспільно-історичний спадок і підхід [6, с. 66]. Дослідники всіх шкіл з дискурс-аналізу мають спільну позицію щодо того, що дискурси мають взаємозв'язок з певним соціальним досвідом, пізнанням або людським спілкуванням.

У цьому аспекті важливим і значимим є мовний аспект дискурсу як мовленнєва діяльність учасників комунікації (сам процес застосування мовного коду) і текст як такий (тобто продукт комунікації) [20, с. 161].

Дискурс містить в собі комунікативну, когнітивну діяльність, а також дискурсивний контекст. Дискурс є мисленнєвою, мовленнєвою, комунікативною діяльністю учасників комунікативного процесу в широкому контексті, яка зафіксована у тексті. Дискурсивний комплекс утворюють складові, з певною послідовністю дискурсивних тактик мовця у той чи інший період мовлення.

Чималої популярності набирає сучасний віртуальний медіа-дискурс, особливо це стосується блогів. Це пов'язано зі зростанням ролі, доступності і значущості електронних носіїв інформації. Блогосфера доволі розмаїта – від суто розважального напрямку до освітнього і наукового. У дослідженні увага присвячена вивченню когнітивній складовій блогів англomовного середовища, репрезентації концепту ЖІНКА, гендерним маркерам.

Дискурс як динамічне і мінливе явище вимагає в користувачів мовного коду дотримуватися певних правил. У той же час виникнення і декодування

конструктив дискурсу має низку сигналів, які безпосередній контекст. Це стосується маркерів, місця, часу, очікувань, ролей. Послідовність текстових блоків є відносною, але це дає можливість визначати «дискурс» як «фреймову структуру», яка вміщає в собі фреймові сценарії. Фреймові структури систематизуються за певними алгоритмами і впливають на конфігурацію дискурсивного простору. Водночас це має вплив на специфікацію смислів в цьому просторі.

Дискурс – це спосіб використання мови в реальному житті з метою репрезентації того чи іншого типу суспільної активності індивіда, який конструює специфічний світ або ж образ цього світу через детальний мовний опис, водночас є частиною комунікаційного процесу, має учасників комунікації, умови та цілі комунікації. Водночас дискурс є цілісним логічним текстом з його соціокультурними, прагматичними, психологічними факторами.

Отже, можемо зробити висновок, що «дискурс – це своєрідний енерго-інформаційний потік, який за своєю природою представляє мовний код у динаміці» [20, с. 162]. Фактично дискурс є мовою, яку використовують для отримання бажаного результату, досягнення певного стану речей. Мовний код існує у фізичному, концептуальному, метафізичному, знаковому, інформаційному та інших просторах. Він є способом створення дискурсивних, текстових і лінгвокультурних просторів, структурованих довкола тих чи інших ірраціональних смислів. Дискурсивний простір є середовищем формування та перетворення смислів.

Блоги сьогодні стають дедалі популярнішими, тому помітний їх вплив на формування світогляду, особистості, ідентичності і моделювання соціальних структур, в тому числі пов'язаних з гендерною ідентифікацією.

Особливість дискурсу-блогу полягає в тому, що він поєднує в собі мовні (знаки, коди, номінативні одиниці з логічною структурою тексту),

концептуальні (концепти) і онтологічні (суб'єкти дискурсу, зовнішній час, простір) явища [20, с. 162].

Медіаконтент блогів, будучи дискурсом, віддзеркалює гендерну картину світу того чи іншого мовного середовища. Він відображає кількісний і якісний розподіл чоловічих і жіночих образів, представлених в медіа блогового формату, контексти їхньої репрезентації і т.д.

Гендерний дискурс в медіа є «системою гендерних образів та символів, яка сформована під впливом суспільних поглядів на роль чоловіка та жінки в соціумі, яка після появи на сторінках ЗМІ визначає і закріплює в суспільній свідомості та й у свідомості особистості гендерні ролі представників обох статей, їхню значимість, гендерну ідентичність» [33]. Водночас гендерно-маркована лексика на сторінках засобів масової інформації (блогів) формує «лінгвосинергетику концептуального поля мас-медійного гендерного дискурсу» [33]. Це відображає бачення і картину світу соціуму щодо гендерної ситуації, гендерних взаємовідносин в соціумі.

Загалом концептосфера гендерного дискурсу в медіа має антропоцентричну природу і відображає взаємодію двох концептів ЖІНКИ і ЧОЛОВІКА.

Визначення понять «чоловік / жінка» відбувається за допомогою розуміння гендерної категорії, яка визначає представника іншої статі через гендерну специфіку концептів «чоловік» і «жінка» з погляду на їх соціальну сутність. У публікаціях блогів відображено велику розмаїтість гендерних взаємозв'язків, стереотипів, ролей, смислів у певних образах, які формують лінгвосинергетичне поле медійного простору.

#### **1.1.4. Системно-універсологічний вимір**

Щодо розгляду концептуальної картини світу і функціонування мови в ній існує підхід як до відкритих систем, які діють за своїми законами.

Насамперед це стосується свободи вибору, «який можливо спів віднести із дистрибутивним контролем та колективною емергентністю, що визначає динаміку системи» [18, с. 48]. Будь-яка мова існує і формується в певному середовищі, має динамічний характер, «визначається прагматичними інтенціями мовців у процесі соціальної взаємодії» [18, с. 48].

Відкриті системи також функціонують за «законом внутрішньої варіативності», тобто в них нема чогось ідеального або універсального, тобто усталеного. Водночас «нема ідеальної мовної репрезентації чи патерну розвитку системи» [18, с. 48]. Складовими системи є різні за своїм рівнем організації та різноманітністю способи репрезентації. У мові це стосується лінгвістичних категорій. Гендер це також варіативне явище, яке залежить від тієї чи іншої культури, соціальних нормі.

«Закон динаміки і циклічності розвитку» відображає те, що елементи в системі перебувають у постійному русі, можуть трансформуватися і переходити в інші системи. Специфіка відкритої системи полягає в постійній її зміні і адаптації, оскільки вхідна енергія постійно живить її [48, с. 3]. Щодо концептуальних явищ, то закон циклічності пов'язаний «зі змінами структури картини світу мовної спільноти» [18, с. 47].

«Закон полярності системи характеризується внутрішньою діалектикою складників системи та різноспрямованістю механізмів її дії» [57, с. 38]. Вибудовування реальності як результату взаємодії бінарних опозицій можливо відобразити за допомогою «полярних концептів, дуальної природи деяких метафоричних утворень» [57, с. 38]. Полярність дає можливість для постійного самовідновлення, наявність поступових змін, розвиток [60, с. 225]. Полярність у гендері відбувається через протиставлення жіночого і чоловічого.

«Закон переходу кількості у якість» відображає як незначні кількісні відмінності спричиняють фазові зміщення і якісні зміни. Інший закон відкритих систем – «закон подібності й наслідування передбачає вбирання системою попереднього досвіду та адаптацію ефективних патернів кодової

(енерго-інформаційної) взаємодії до нових контекстуальних умов...» [18, с. 46]. У цьому випадку мова є простором розширення множинних когнітивних компетенцій, зокрема це стосується імітації, розподілення уваги, послідовного навчання, категоризації [50, с. 249].

Закон ієрархії системи синтезує в собі семантичний, парадигматичний, і синтагматичний аспекти діяльності мовного коду [18, с. 49]. У той же час процеси вербалізації і концептуалізації здійснюють взаємодію з кодами різної природи. Це призводить до «формування світоглядних концептів лінгвокультури [18, с. 49].

Щодо закону інтегративності відкритої системи, то в цьому випадку лінгвістична система є значимою тільки у контексті тієї чи іншої свідомості. Отже, значення кожної фрази розглядається як набір патернів, які з нею асоціюються. асоційованих із нею. Відповідно значення кожної лінгвістичної одиниці потрібно розглядати у контексті лінгвістичної системи, яка також має смисл в розрізі певної свідомості [18, с. 14].

«Закон адаптивності» стосується того, що формується і розвивається внаслідок тривалої суспільної взаємодії. Когнітивна здатність носів мови модулює структуру мови за допомогою «обробки мовних особливостей та обмежень за допомогою загальних та специфічних концептуальних схем, обумовлених архітектонікою нервової системи» [56, с. 453]. Мова має пряму залежність від роботи тих зон мозку, які «пов'язані з різними типами концептуального розуміння, обробки інформації про соціальну взаємодію, розпізнавання патернів та пам'ять» [56, с. 453]. Відповідно мову розглядають як відкриту динамічну систему, яка має здатність змінюватися на усіх вищезгаданих рівнях.

Пізнання, досвід, свідомість, ідентифікація, соціум, людська взаємодія, історія і культура тісно пов'язані динамічними і комплексними взаємодіями у системі мови [17, с. 18].

Концепт розглядається більше в психологічному аспекті, адже його наповнення пов'язане з мовою і культурою. «Він є динамічною ментальною одиницею, елементом свідомості, фрагментом семіосфери, що може втілюватися в поняттях, образах, поведінкових стереотипах, цінностях, ідеях тощо» [17, с. 18]. Концепти, пов'язані з отриманням і усвідомленням своєї психічної і фізичної, етнічної, професійної і статусної приналежності є важливими в розрізі розуміння глибокого змісту соціальних і психологічних процесів, які відбуваються в соціумі, аналізі поведінкових моделей.

Картина світу є складною системою, в якій гендерна само ідентифікація займає значне місце. У будь-якій складовій культурі, соціального життя можна знайти гендерний код, адже загалом людство поділене на жіночий і чоловічий світи, які водночас є протиставленням один одного і взаємною обумовленістю. Концепт ЖІНКА з погляду гендерного підходу містить в собі багато прихованого, забороненого для зовнішніх спостерігачів, таємного. Концепти, які стосуються жінок, виводяться з чоловічих концептів за принципом протилежності. Це в свою чергу підтверджує, що існує чоловічий і жіночий простори.

Відтак, концепт ЖІНКА є проєкцією стереотипного бачення жінки як представниці суспільно усталених характеристик, які сформувалися на базі статевих, родинних, соціальних, естетичних, етичних та багатьох інших функцій.

Гендерні дослідження в своїй основі мають універсальний характер, адже вони формують цілісну систему «гендерних знань» у різних суспільних науках, визначають предмет, зміст і структуру такої галузі наукового знання, як гендер, створюють релевантну систему принципів і методів здійснення наукових досліджень з врахуванням соціального, історичного і культурного контексту.

## 1.2 ЖІНКА у концептуальних картинах світів

### 1.2.1. Структурні та змістові характеристики концепту

Концепт є категорією, яка відображає розумову діяльність, яку неможливо спостерігати як фізичне явище, тому тут є великий простір для визначення. Для нашого дослідження концепт важливий тим, що він відображає вербалізацію розумової діяльності, яка втілена у мовній формі. Це дає можливість описати зміст і структурувати досліджуваний матеріал.

Концепт є елементом свідомості, ментальною одиницею, який є своєрідним посередником між мовою і культурою. Людська свідомість приймає культурну інформацію, фільтрує її, обробляє, систематизує і з цієї інформації формує концепт, а потім за допомогою мовних засобів відображає і передає вже оброблену інформацію в певній комунікативній ситуації з метою досягнення комунікативної мети.

Структуру концепту лінгвісти визначають у двох різновидах: 1) етимологічний та актуальний пласти; 2) ядро й периферія.

Нашим завданням є за допомогою ґрунтовного аналізу лексичних систем дослідити концепт «жінка» в картині світу англomовних блогерів. Під час наукових розвідок до уваги береться не лише лексема жінка, а й всі інші, які позначають тим чи іншим чином жінку. Концепт «жінка» включає і невербальні засоби – жести, які позначають жіночу фігуру чи жінку загалом, зовнішній, міміка та інші.

Концепт «жінка» включає родові назви, які пов'язані з жіночою статтю, видові – всі слова, які називають осіб жіночої статі, є характерними для жінок за віком (дівчина, молодиця, літня жінка, стара), визначають сімейний статус (дружина, невістка, свекруха), показують ступінь близькості (мати, дочка, сестра, бабця), відображають соціально-сімейний статус (господиня, лікарка, вдова, професорка), визначають приналежність до соціальних страт (аристократка, селянка, міщанка) або ж до містичних верств соціуму (відьма, ворожка, йогиня) [23, 138].



Концепт «жінка» здебільшого формується на основі стереотипів, які притаманні певній нації чи етнічному середовищу. Вони в свою чергу відображаються у висловлюваннях, прислів'ях, фразеологізмах, жартах. Часто люди використовують їх на підсвідомому рівні, оскільки вони успадковуються упродовж багатьох поколінь, зберігаються в колективній пам'яті нації. Національні стереотипи беруть своє коріння з традицій, історичних подій, які переживала нація.

Для нашого дослідження зацікавлення викликає те, як у мові відображаються ментальні процеси і засоби вербалізації концептів. Ми вже згадували, процес пізнання людини нерозривно пов'язаний з пізнанням мови. Відповідно всі когнітивні аспекти тим чи іншим чином відображені у мові.

За основу для свого дослідження ми взяли польову модель концепту «жінка». Ця схема виглядає наступним чином: «назва концепту, загальнокультурна або індивідуальна одиниця предметного коду; базовий змістовий шар або шари, які розташовані навколо ядра і містять загальні концептуальні ознаки; інтерпретаційне поле концепту, яке містить оцінки й трактування змісту ядра концепту в межах індивідуальної, групової чи національної свідомості» [9, с. 64].

Структуру концепту, як правило, розглядають як сукупність таких аспектів: макроструктура (це переважно когнітивні ознаки образного і інформаційного елементів або ж так зване інтерпретаційне поле); ті складові, які відображають категоріальну основу концепту (це певний порядок когнітивних ознак з класифікацією); польова база концепту (ядро, а також близька і дальня периферія).

На думку лінгвістів-сучасників, концепти утворюються за таким принципом: «ядро (центр) – поле (периферія)». Отже, сама структура концепту містить ядро і доволі широке поле для інтерпретацій. В останньому виокремлюється ближня і дальня периферія [34, с. 125].

До ядра зараховують шари з чуттєво наочною дійсністю, з яскравими образами, які є здебільшого первинними. Семантичні шари, які мають більш абстрактну форму, належать до периферії концепту. «Ядро концепту є основою і водночас сукупністю когнітивних шарів і когнітивних сегментів з когнітивними ознаками, що їх формують. Інтерпретаційне поле концепту складає його периферію. На периферії концепту є різні визначення, тлумачення, відображені в пареміях, афоризмах, крилатих виразах. Власне ці поверхні нашарування на базовий шар концепту відображає процес та результат світопізнання» [34, с. 128]

До змістового шару входить найменше когнітивних ознак, які відображають базову і найважливішу різницю концептуалізованого явища і предмета. Вони є обов'язковими для здійснення головної функції.

Насправді таких ознак небагато, адже вони мають необхідний мінімум для визначення сутності концепту. Базою для створення змістового шару концепту «жінка» (іменник «woman») є лексичні одиниці, які зустрічаються в англійських текстах чи мовленні блогерів. Ми будемо виділяти змістовий шар концепту за допомогою частотних ознак, які найчастіше траплятимуться в дописах, відео і прямих ефірів блогерів. Отже:

1) Головними ознаками є ті, які визначають жінку за її приналежністю до людського роду («female human», «female person», «female human being»).

2) Вікова характеристика є однією з визначальних для концепту «жінка». Тут варто буде розмежовувати синонімічний ряд. Наприклад, словосполучення «a young woman», «an adult female», «an elderly woman» визначатимуть жінку за певним віковим періодом на її життєвому шляху (молодість, дорослішання, зрілість, розвиток, старість).

3) Характеристики соціальної ролі жінки в соціумі, до яких входять оціночні ознаки за такими напрямками:

- місце жінки щодо чоловіка («a female spouse», «wife», «girlfriend»);
- місце жінки в сім'ї («a female relative», «sister», «daughter», «mother»);

– статус в соціумі («fair maid», «working female», «housewife»).

Інтерпретаційне поле для концепту «жінка» будемо аналізувати за методикою М. Полюжина [34, с. 129]. Він наполягає на тому, що в інтерпретаційному полі є декілька ділянок, які містять внутрішню змістову єдність і їх можна об'єднати спорідненими за сутністю когнітивними ознаками: «оцінна, енциклопедична, утилітарна, регулятивна соціально-культурна, пареміологічна». Вони є структурованими складовими концепту «жінка» і водночас елементами змістовому шару.

1) В оцінній зоні акумульована оцінка концепту. Сюди зараховуємо лексеми і словосполучення, які описують зовнішність і внутрішні характеристик властиві для концепту «жінка»: оцінювання характеру («kindness», «witch», «Eve»), естетика зовнішнього вигляду («not worthy», «breath-taking», «beauty», «lovely», «good looking»), емоційність («sweet», «crazy», «wild thing», «thunder», «happy»), оцінка інтелекту («smart», «stupid», «wise»), опис морального стану («tender», «mean»).

2) Енциклопедична зона характеризує різні аспекти концепту, які потребують усвідомлення в результаті отримання досвіду, здобуття освіти, взаємодії з явищами і предметами. У цьому випадку для позначення концепту «жінка» в англійській мові можуть використовуватися такі ознаки: «an adult female human», «female humans in general» «human opposite to man».

3) Утилітарна зона об'єднує ті когнітивні ознаки, які відображають практичне ставлення індивідів до денотата концепту, певну суму знань, які можна використовувати для досягнення прагматичної мети. Ця зона часто пересікається з енциклопедичною зоною завдяки ознаці «людина, яка має репродуктивну функцію з можливістю народжувати дітей». Як правило, це лексеми «mother», «pregnant». Сюди належать лексеми, які відображають соціальний статус жінки («power», «girl power», «ability», «influence», «fighter», «persuasion», «get money», «authority», «superwoman»).

4) Соціальна і культурна зона поєднує ті когнітивні ознаки, які характеризують тісний зв'язок концепту з культурою, побутом народу чи етносу. Це стосується традицій, діячів культури і митців, художніх творів і т.д.

5) Асоціативна зона. Як правило, в інтерпретаційному полі виділяють пареміологічну зону, яка означає ті когнітивні ознаки, які відображаються через приказки, прислів'я, афоризми. Це певна сукупність тверджень, які репрезентують концепт через національні паремії.

### 1.2.2. Типологічні характеристики концепту

Сучасні мовознавці виділяють різні види і типи концептуальних формувань. Є «концепти пізнання» (це, передовсім, стосується загальних, схематичних уявлень) і «художні концепти» (здебільшого об'єднує індивідуальні і нечіткі уявлення). «Можливості концептів пізнання підкорюються законам логіки або потребам відповідності реальній дійсності», а «зв'язок елементів художнього концепту спирається на далеку від логіки та реальної прагматики художню асоціативність» [3, с. 30].

Простими є ті концепти, які передаються одним словом, а складними є ті, які потребують відображення за допомогою словосполучення або речення. Окрім того, розрізняють концепти і за походженням – первинні та вторинні. «Первинні – це вихідні концепти, сутність яких не підлягає аналізу; вторинні – ті, що розвинулися з первинних» [3, с. 31].

Є класифікація концептів «на однорівневі, багаторівневі й сегментні. Перші складаються лише з чуттєвого ядра, елементарних предметних образів; багаторівневі концепти вміщують кілька когнітивних шарів, які накладаються один на одного в процесі посилення абстракції; останні становлять базовий чуттєвий шар, оточений кількома сегментами, рівноправними за ступенем абстракції» [3, с. 32].

Концепт за своєю суттю є «культурно позначеним вербалізованим смислом» [11, с. 5]. Лінгвісти досліджують метафізичні концепти, які є

«ментальними сутностями високого або граничного ступеня абстрактності – «душа», «істина», «свобода», «щастя», «любов») [47, с. 48]. Також є концепти-автохтони, які «абстрагованими від значень своїх конкретних мовних реалізацій» [11, с. 8]. С. Воркачов також виокремлює протоконцепти як «універсальні концепти», «ноеми» (це своєрідні ментальні одиниці, які створюють еталон для порівняння під час перекладу чи аналізу між різними мовами [11, с. 8]), «потенційні концепти» (ментальні структури без певних лексем для вираження) [11, с. 9].

Окрім того, науковці, беручи до уваги, існування концептів в колективній і індивідуальній свідомості, також досліджують «індивідуальні, групові (соціокультурні), етнокультурні й загальнолюдські концепти» [11, с. 10].

Науковці-лінгвісти виділяють діалектні концепти як «одиниці знання про діалектні відмінності у мові»; «суперконцепти, макроконцепти, мікроконцепти, базові концепти»; «концепти-етимони як першопочатки смислу» [27, с. 34]; «емоційні концепти».

Функціональність сем у складі семеми має свою класифікацію: «мисленнєві картинки» (чіткі зорові образи) як один з типів тип лексичного концепту, який відображений в образних семах; «концептосхеми» (образи з меншою детальністю), які відображені в просторових семах; «концепти-гіпероніми» (максимально узагальнені образи) спрямовані на виокремлення загальних принципів в предметах одного класу; «концепт-фрейм» як певна кількість асоціацій, які є в пам'яті, і за яким стоїть архісема оформлена у формі лексикосемантичних груп; «концепт-інсайт» (уявлення про функціональну важливість предмета) базується на семах з інформацією про структуру предмета; «концепт-сценарій» (він об'єднує інформацію і уявлення про сюжетний розвиток подій з відповідним часовим виміром, його елементами є епізоди, послідовність і зміст. І все це залежить від культурних і соціальних факторів); «калейдоскопічний концепт» (єдність сценаріїв і фреймів, які мають прив'язку до хвилювань і почуттів).

Інша класифікація визначає такі концепти: «уявлення /зображення, схема, поняття, фрейм, сценарій/скрипт, гештальт». Концепт «уявлення/зображення» науковці описують як чуттєво-наочний образ певного предмета. «Схема» є узагальненим, графічним і контурним типом концепту. «Поняття» - концепт з дуже загальними, важливими ознаками предмета чи явища, який є наслідком раціонального відображення. «Фрейм» вважають концептом з багатьма компонентами як цілісність всіх частин. «Сценарій – це фрейм розгорнутий у просторі». «Гештальт» як концепт є цілісною, комплексною мисленневою структурою, яка покликана впорядковувати різноманітність окремих явищ у свідомості.

Є складна класифікація концептів, де вони поділяються «за змістом» - сюди входять «уявлення, схема, фрейм, сценарій, конструкт, інсайт, гештальт»; «за мовним оформленням» - це, як правило, «це рамкові концепти, концепти з міцним ядром, концепти дії»; «за ступенем інтеграції семантичних структур» об'єднують «суперконцепти, макроконцепти, базові концепти, мікро концепти»; «за роллю концепту в структуруванні мовного значення: концепти-класифікатори, інтегровальні концепти, концепти усунення» [11, с. 24].

Інший підхід до типізації концептів: «уявлення», «схеми», «поняття», «фрейми», які поділяються на культурні, міфологічні, ментальні, філософські, ідеологічні в залежності від того, яку роль вони відіграють в структурі свідомості. Відповідно один і той самий концепт можна розглядати в кожному з вищезгаданих типів. Тут виділяються «антропоконцепти», «натурфакти», «артефакти», «культурні», «емоційні» та «концепти-архетипи». За основу типізації вона бере об'єкт концептуалізації. А ось вже на основі суб'єкта концептуалізації можна визначити «загальні» (універсальні), «етноконцепти», «групові» й «ідіоконцепти». Якщо взяти до уваги обсяг інформації, то концепти можна поділити на «нульові», «еталонні», «специфіковані»,

«енциклопедичні». Беручи за основу якість інформації, отримаємо «поняттєво-логічні», «образно-художні», «парадоксальні» концепти [26, с. 93].

### **1.3. Лінгвокогнітивні основи вербалізації стереотипів**

#### **1.3.1. Статусно-рольова категоризація**

Соціальний стереотип (від грецького stereos – «відбиток») є схематичним уявленням про якийсь соціальний об'єкт (явище, групу, людину), який характеризується високою стійкістю. Він формується на основі обмеженого досвіду у минулому або через обмежену інформацію. Таке явище виникає внаслідок схематичного способу мислення, а також і мовлення, які характерні для більшості людей. Схематичне спосіб мислення чи мовлення значно полегшують людям розуміння чи орієнтацію у навколишній дійсності, життєдіяльності у соціумі.

Стереотип є емоційно-конотаційною складовою семантики слова, висловлювання або речення.

Є. Бартмінський та Й. Панасюк пропонують такі типи стереотипів:

- 1) взірць – «такий, який повинен бути»;
- 2) реальність – «такий, який є»;
- 3) міфічне зображення – «такий, який може бути»;
- 4) зображення ідеологічне – «такий, який може і повинен бути».

Лінгвістичне бачення стереотипу має три аспекти:

- 1) стереотип як «репродукований зв'язок слів» (лінгвальний стереотип);
- 2) стереотип як особливий ментальний конструкт (ментальний стереотип);
- 3) стереотип як ментальний конструкт, який вкорінюються у свідомості людей за допомогою мовних знаків (лінгво-ментальний стереотип) [32].

Водночас стереотип є особливою когнітивною структурою, яка поєднує пізнавальні і емоційні фактори, створення прагматичної структури. Відповідно визначають такі аспекти стереотипу: когнітивний, емоційний і прагматичний.

Соціум створив чималу кількість стереотипів, які базуються на асиметрії чоловічого і жіночого, оскільки поділ на чоловіків і жінок надає тій чи іншій групі певні соціальні ролі. Також кожна культура має емоційно забарвлені ідеали та уявлення про те, якими мають бути традиційні жінки і чоловіки. Відповідно до цього соціум визначає цінність кожної людини як представника певної статі.

Гендерні стереотипи напряму пов'язані з ролями, які виконують жінки і чоловіки в соціумі. Згідно з теорією суспільних ролей Е. Іглі, чимало гендерних відмінностей обумовлені специфікою соціальних ролей. Від цього залежить поведінка і спосіб мислення чоловіків і жінок. Різниця в поведінці стає причиною того, що гендерні ролі мають великий вплив на отриманий досвід, сприйняття світу і навички [32].

Відповідно це призводить до формування і встановлення соціальних норм, яких повинні дотримуватися жінки і чоловіки. Статеві-стереотипна поведінка з боку жінок і чоловіків залежить від специфіки ситуації і поведінки, яку соціум вважає «правильною» в тій чи іншій ситуації. Отже, соціальні ролі є регламентованими. Це регламентування зазнає стереотипізації і в колективній свідомості виробляються фільтри «правильне / неправильне» [32]. «Бажані / правильні» - це здебільшого ті типи поведінки, які суспільство оцінює позитивно. Фактично відбувається створення ідеальних чоловічих («наполегливість, честолюбство, дух суперництва, незалежність, самодостатність, здатність до лідерства, твердість переконань, принциповість, сила волі» [Лавриненко Н.В. Гендерні стереотипи]) і жіночих («емоційність, балакучість, чутливість, ніжність, терпіння, романтичність, мінливість настрою») характеристик, статусів [32].

Соціальна роль має свої складники, до яких входять «позиція, рольові очікування, рольові партнери, рольові приписи». Рольові очікування вимагають від мовця відповідності тій чи іншій стереотипній моделі поведінки [32].



Гендерні взаємовідносини відображають у той чи інший спосіб системні характеристики організації соціуму, структурують стосунки між суб'єктами, які спілкуються між собою. «Гендерні взаємини фіксуються в мові у вигляді культурно обумовлених стереотипів, накладаючи відбиток на поведінку, в тому числі і мовну, на особистість і на процеси її мовної соціалізації» [32].

Соціальні ролі є сукупністю суспільних очікувань з приводу поведінки людини, яка має певну роль під час взаємодії. Гендерні ролі визначаються диференціацією членів соціуму двох його частин – жінок і чоловіків, а відповідно вимагають очікуваної поведінки, яка відповідає цінностям соціуму, його правилам і нормам [38].

Біологічними ролями статей є лише ті, які не можуть виконувати тільки представники тієї чи іншої статі: вагітність, материнство, годування груддю, дочка, дружина, бабуся, генетичний батько, чоловік, син. Відповідно всі інші ролі, які виконують чоловіки і жінки в суспільстві, мають гендерне маркування.

Гендерні стереотипи є узагальненим баченням призначення чоловіка та жінки і тому вони є гендерно-рольовими стереотипами, які містять уявлення про різні ролі і види діяльності обох статей. Вони є також стереотипами гендерних рис, які описують психологічні і поведінкові моделі для жінок і чоловіків. Ці складові гендерних стереотипів переплетені між собою. Будь-яка соціальна роль для тієї чи іншої статі пояснюється і укріплюється на підставі визначених рис і характеристик [38].

Коли мова йде про гендерні ролі, то це не про одну чітку роль, а про численні соціальні ролі чи поведінку в рамках сім'ї і суспільному житті, характерні людям з біологічною статтю чоловіка чи жінки. Навіть за умови, що та чи інша соціальна роль є прийнятною для будь-якої статі, вона однаково матиме гендерну складову з допустимою різницею виконання цієї ролі однією зі статей. Цей підхід дає можливість розглядати питання про причини і наслідки дійсного розподілу суспільних ролей між обома статями, про гендерні

ролі, які сформувалися на основі взаємодоповнюваності, владних взаємовідносин і домінування в соціумі.

Розподіл ролей і статусів детермінується біологією. Можливість жінки народжувати і доглядати дітей автоматично приписує їй експресивну роль. Чоловік, який біологічно не може виконувати цих функцій, виконує інструментальну роль. Цей розподіл є універсальним, функціональним, повністю задовольняє потреби соціуму, підтримує його стабільність. Зміна усталеного розподілу ролей може спричинити появу чималої кількості соціально непристосованих індивідів. Відповідно стереотипи містять певну схему соціалізації для наступних поколінь.

Дослідження соціального конструктивізму показали, що не існує універсальної жіночої чи чоловічої ролі. Гендерні ролі дуже диференціюються «класовою, расово-етнічною, віковою, регіональною приналежністю людини». Гендерні стосунки, статусно-рольове спілкування між людьми має об'єктивно-суб'єктивний характер. Відповідно кожна людина проходить процес соціалізації у соціумі, в якому до її народження були сформовані суспільні цінності і норми. Саме в них визначені рекомендації і заборони з приводу гендерно-диференційованої поведінки, визначено сутність гендерних ролей і зміст стереотипів. Відповідно гендерно-рольові взаємовідносини є об'єктивною зовнішньою реальністю.

Щодо індивідуального рівня, то усталені гендерно-рольові стереотипи значно обмежують розвиток людини, зменшують можливості для самореалізації, збіднюють вибір моделей поведінки, професійної діяльності, кар'єрного росту.

### **1.3.2. Концептуальні моделі**

Концепти чітко структурують людські відчуття, впливають на поведінку, формують ставлення людей один до одного, але в певній парадигмі. Відтак, концептуальна система має великий вплив і відіграє головну роль у

формуванні реалій щоденного життя. Концептуальні моделі в лінгвокогнітивістиці є основою мовних знаків (номінацій концептів).

У праці «Метафори, якими ми живемо» (1980) Джордж Лакофф та Марк Джонсон показали, яким чином щоденне мовлення людини наповнене метафорами. Концептуальні метафори використовують для того, щоб досягнути суті теорій і моделей.

Лакофф і Джонсон поділили концептуальні метафори на три категорії:

1. «Orientational Metaphor» (орієнтаційна метафора), яка має прив'язку до орієнтації в просторі.

2. «Ontological metaphor» (онтологічна метафора) є метафорою чи образним порівнянням, яке використовують «для позначення абстрактних понять в значенні більш конкретних».

3. «Structural metaphor» (структурна метафора) є метафоричною системою, де одне складне абстрактне поняття подано у формі чітко вираженої концепції. [25].

Вивчення такої концептуальної моделі, як метонімія базується на ідеях Р. Якобсона, Р. Лангакера. Метонімія дає змогу «поєднати два чинники – бажання мовця висловлюватися точно (для того, щоб правильно спрямувати увагу адресата) і природне прагнення думати й говорити про ті речі, які мають для нього найбільше когнітивне значення» [25].

Когнітивне бачення метонімії стосується її розуміння «як доволі складного механізму ментальної діяльності в концептуальному плані, який безпосередньо причетний до когнітивних процесів комунікації і концептуалізації, має прив'язку до сприйняття, осмислення та структурування дійсності, а також до мислення і повсякденного досвіду, який проявляється через дію і поведінку людини, знаходить вияв у референції, лексикалізації, фразеологізації, у розвитку лексичних, граматичних і дериваційних значень». На думку лінгвістів, метонімія додає комунікації більш виразнішої

змістовності, «наочною, компактною та виразною, тобто в цілому більш «прагматичною» [25].

Концептуальну природу метонімії полягає в тому, що це «не просто підставлення одного явища / імені замість другого, а встановлення між ними нового складного концептуального зв'язку: «X плюс Y» [34]. Отже, метонімічний процес означає розумове сприйняття одного концептуального явища за допомогою іншого. Метонімічні перенесення є регулярнішими і продуктивнішими.

Концептуальна метафора і концептуальна метонімія створюються за допомогою асоціативних зв'язків «між двома концептосферами за схожістю або за суміжністю відповідно». Спільний асоціативний зв'язок дає можливість цим двом концептуальним моделям взаємодіяти в одному мовному виразі. Таке явище взаємодії лінгвісти назвали метафтонімією. Вперше цей термін «метафтонімія» запропонував Л. Гуссенс як для визначення мовленнєвої діяльності, які неможливо чітко кваліфікувати як метафору чи метонімію. Л. Гуссенс виокремив три механізми створення метафтонімії: «метафора з метонімії, метонімія у середині метафори, метафора у середині метонімії, результатом чого є осмислення концептів одночасно через метафору і метонімію».

Алюзію як мовленнєвий засіб лінгвісти розглядають у формі стилістичного прийому, який пов'язаний з застосуванням у тексті літературного, фольклорного, історичного або ж побутового факту, в тому числі відомого афоризму, крилатого слова чи ідіоми. Алюзія завжди має причетність до першоджерела, в якому зафіксовано її появу. Такий прийом дає можливість дуже стисло, але вичерпно, у деяких випадках одним словом проілюструвати рису людини, відобразити особливість події, але при цьому він тісно поєднаний з оповіддю, оскільки алюзії асоціативно виділяють важливу думку в середині певного контексту [34]. Науковці стверджують, що алюзія це є вияв певної «текстової категорії інтертекстуальності, прийомом

художньої виразності, яка змістовно збагачує текстову інформацію, створюючи численні асоціації шляхом натяку на події, факти, персонажів інших текстів; це вияв безперервної діалогічності текстопородження [22].

Лінгвісти дотримуються тієї позиції, що алюзія не створює нових концептів, а являє собою засіб «експліцитної або імпліцитної апеляції до вже відомого концепту, у цьому й полягає її концептуальна функція». У парадигмі лінгвокогнітивістики це мовне явище сприймають як концептуальну алюзію, яка є «концептуально навантажена мовна одиниця, що має алюзивний статус» [22].

Ще однією концептуальною моделлю є оксиморон, який у когнітивній лінгвістиці трактують «як примирення суперечливого ставлення зі сутностями, що зіштовхуються в семантичному просторі одної царини» [34] «як навмисна категоріальна помилка, розмивання логічних меж між сутностями» [34].

Концептуальний оксиморон відображає парадоксальне мислення, завданням якого є не пошук «тотожностей і відмінностей між сутностями царин джерела та мети, а навмисне зіштовхування або перетинання онтологічних ознак сутностей у межах одного семантичного простору» [34]

Інверсивна логіка пов'язана з когнітивними процесами людської розумової діяльності і таким універсальним патерном, як принцип протилежностей [с. 35]. «Формування картини світу через опозиції є прикладом наївного мислення, тому основними структурними характеристиками міфопоетичної моделі світу являються бінарні опозиції, які дають початок феномену інверсії» [с. 35].

У лінгвокогнітивних дослідженнях вважають, що інверсія характеризує те, яким чином «існують і функціонують відкритих систем різної мірності, тому є перспективним її розгляд «як динамічної характеристики когнітивних процесів» [59]. Важливою умовою інверсії одного утворення в інше слугує певна «точка перетину», яка є спільною характеристикою опозицій.

Концептуальна інверсія - це «динамічна характеристика когнітивних процесів картини світу людини в її еволюції і складову альтернативного світу поетичного твору» [59].

#### **1.4. Специфіка гендерно-маркованого дискурсу**

Публіцистичні тексти характерні своєю комунікативно-прагматичною спрямованістю, оскільки одним з завдань медіа (блогів в тому числі) є здійснення соціально-психологічного впливу на аудиторію. Задля досягнення цієї цілі в текстах автори часто використовують лексичні маркери («лексичні та фразеологічні одиниці, прислів'я, приказки»), щоб зробити мову «живою», ближчою і зрозумілішою для читачів, а відтак викликати довіру і зацікавити. У контексті дослідження текстів блогу гендерні маркери є важливим засобом вербалізації та актуалізації поведінки і характерів жінок і чоловіків як персонажів публікацій в блогах.

Гендерно-маркована лексика уніфікує слова та вислови, які використовуються для опису чи відображення статі людини [29, с. 111]. З огляду на те, що медіа формують суспільну думку, впливають на неї, то використання подібної лексики допомагає сформувати і підтримати соціальні стереотипи жіночих і чоловічих ролей відповідно до їх гендерної ідентичності або ж може руйнувати ці стереотипи. У класичних медіа дотримуються журналістських стандартів, які покликані зберігати гендерний паритет, уникати дискримінації не тільки за статтю. Щодо блогів, то у них спостерігається відхилення від цих стандартів. Задля більшого впливу на аудиторію, бажання її постійно розширювати мова у блогах максимально наближена до розмовної мови, то можна припустити, що гендерних маркерів у ній значно більше [29, с. 111].

Перші дослідження з гендерної тематики у мовознавстві розпочинають свій відлік з 70–80-их років минулого століття. Головна наукова праця у цьому напрямку є дослідження Р. Лакофф, де авторка зазначає «про

антропоцентричний порядок мови та певну дефіцитність образу жінки в мовній картині світу» [29, с. 112]. Дж.Лакофф зазначає, що «гендерні уявлення, як і інші форми знань, організовані у вигляді ментальних структур, є ідеалізованими когнітивними моделями» [29, с. 112].

Гендерний аналіз публіцистичного дискурсу акцентується на аналізі і визначенні взаємозалежності між гендерною ієрархією соціуму і гендерно-асиметричними аспектами дискурсивних практик. Також розглядає і з'ясовує формування гендерної нерівності у ході дискурсивної взаємодії усіх учасників комунікації [9, с. 107].

Дискурс є багатозначним поняттям, яке використовують в лінгвістиці, літературознавстві, психології, філософії, політології тощо [35]. Через різноманітне вживання поняття «дискурс» визначення «гендерний дискурс» може мати різні значення. Під цим поняттям можуть розуміти гендерний аспект процесу комунікації, певну систему гендерних факторів, які можуть визначати соціальний характер комунікативної взаємодії учасників відповідно до їх статі. Окрім того, гендерними дискурсами вважаються певні набори типових комунікативних взаємодій в одностатевих групах (чоловічі або жіночі дискурси). Також гендерним дискурсом є «різновид мови і мовлення, який вживається у предметній області гендерних досліджень» [23, с. 137].

Незалежно від визначення «гендерного дискурсу» головним є те, що він пов'язаний з комунікативної інтеракцією його учасників, які є носіями суспільних гендерних ознак і усталеними взаємостосунками між статями.

Публіцистичні тексти визначаються комунікативно-прагматичною спрямованістю, головним завданням якої є не тільки інформування соціуму, а робити соціально-психологічний вплив на свою аудиторію за допомогою навіювання, переконання, маніпуляції. Показниками прагматичної інтенції таких текстів є лексичні маркери («лексичні та фразеологічні одиниці, прислів'я, приказки»). Головне їх завдання – зробити виклад думок «живим», зробити текст емоційним і зацікавити читача [35].

Гендерна особливість будь-якого дискурсу пов'язана з граматичними категоріями роду [23, 137]. В англійській мові через розвиток аналітизму відбулася втрата родових означень у граматиці англійського іменника. Родові відмінності відображаються за допомогою особових займенників «he, she, it, his, her, its». Ці займенники є гендерними маркерами у текстах.

Гендерний аспект в англомовних публіцистичних текстах також має маркування словами, які позначають стать, зокрема для осіб чоловічої статі це такі іменники, як «father, husband, son», а для осіб жіночої статі «lady, woman, daughter, mother» [9, с. 106].

Концепт «ЖІНКА» на морфо-семантичному рівні відображається за допомогою таких морфемних маркерів, як суфікси «-ess, -trix, -ette, -euse, -ine etc.», які додають до загальнородових слів. Таким чином суфікс жіночого роду маркує загальнородові мовні одиниці і робить акцент на відмінностях жінки від чоловіка. Як наслідок жінка стає маргінальним членом соціуму. Маркування номінацій жіночого роду сприяє актуалізації виникненню негативних асоціацій зі сфери патріархальних гендерних стереотипів, згідно з якими всі важливі соціальні ролі займають чоловіки, а жінку розглядають лише, як його [27, с. 139].

Гендерно-маркованими словами є також іменники з часточкою «man». [27, с. 139]. Наприклад «mankind, manpower, workman, policeman, businessman, fireman».

До гендерно-маркованих одиниць належать і речення, в яких відображається відтворення стереотипних ролей жінок і чоловіків у соціумі. Також гендерними маркерами є описи зовнішності жінки.

Джордж Лакофф запропонував визначати гендерно-маркований дискурс також за:

- семантичним приниженням: це використання слів і словосполучень, завдяки яким зневажають представників певної статі. Наприклад,



використання таких слів, як «чоловічок» або «козел», щоб образити чоловіків, «сука» або «повія» для образи жінок;

- евфемизмом: це стосується використання м'якої або непрямой лексики для опису чогось, що може вважатися табуйованим або образливим. Наприклад, «нічні метелики» замість «повії» або «людина певного віку» замість «стара людина»;

- метафорами: метафори є образами в мові, які допомагають нам зрозуміти абстрактні поняття, порівнюючи їх з чимось конкретним. Лакофф стверджує, що метафори можуть посилити гендерні стереотипи, асоціюючи певні якості з певною статтю. Наприклад, метафора «скляної стелі» говорить про те, що жінки стикаються з невидимим бар'єром, який заважає їм досягти найвищих щаблів службової драбини.

Гендерними маркерами лінгвісти вважають мовні і мовленнєві одиниці, які детермінують стать, відповідно до якої використано те чи інше слово. Таких прикладів є дуже багато у різних галузях, зокрема щодо позначення Їх вживають у будь-якій сфері, наприклад, у професії (філолог/ філологиня, дояр/доярка, лікар/лікарка), у побуті (господар/господиня), у різних соціальних ролях (батько/мати, охоронець магазину/ берегиня роду, голова сім'ї/ дружина) тощо.

Маркованість гендерного дискурсу дає можливість визначити загальносуспільні тенденції щодо образів фемінності та маскулінності, простежити їх мовну особливість.

## **Висновки до Розділу 1.**

У розділі «Теоретико-методологічні основи» визначено, що гендер є соціальним явищем і його специфіку вивчають у різних наукових галузях. Для нас важливим є соціолінгвістичний підхід, оскільки на формування гендеру, гендерних ролей впливають суспільні традиції, погляди, стереотипи.

Наукові принципи лінгвокогнітивного напрямку дає можливість вивчати відображення гендеру у мовному середовищі, адже за допомогою мови сприймає, обробляє і передає отриману інформацію, здійснює комунікацію. Ми визначили дискурсивні характеристики гендерних студій.

Окрім того, у підрозділі «ЖІНКА у концептуальних картинах світів» описано структурні та змістові характеристики концепту, визначили типологічні характеристики концепту. Також присвятили увагу лінгвокогнітивним основам вербалізації стереотипів, зокрема статусно-рольовій категоризації і концептуальним моделям.

За допомогою аналізу особливостей гендерно-маркованого дискурсу сформовано основу для практичних досліджень англomовної блогосфери.

## РОЗДІЛ 2

### ДИСКУРСИВНО-РИТОРИЧНІ ОСОБЛИВОСТІ МОВНИХ ЗАСОБІВ ВЕРБАЛІЗАЦІЇ КОНЦЕПТУ ЖІНКА В АНГЛОМОВНИХ БЛОГАХ

#### 2.0. Вступні зауваження

Другий розділ магістерської роботи присвячено дослідженню і аналізу дискурсивно-риторичних особливостей мовних засобів вербалізації концепту ЖІНКА в англomовних блогах, зокрема англomовного блогу «Gawker», який реалізується в медіа-просторі. Ця інформаційна платформа розпочинала свою діяльність як блог про відомих людей, згодом переросла у медіа таблоїдного взірця і після програних судових позовів тимчасово припинила діяльність, а з 2021 року відновила роботу у формі блогу. Оскільки мова в блогах не регламентується стандартами і вимогами, які є традиційним для класичних медіа, то блог є гендерно-маркованим дискурсом, що і буде досліджено в розділі.

Увага приділена тактико-стратегічному аранжуванню англomовних гендерно-маркованого блогу, тобто проаналізовано використання дискурсивних стратегій і тактик.

За допомогою дослідження використання мовленнєвих жанрів в гендерно-маркованому дискурсі буде відображено репрезентацію концепту ЖІНКА у структурі блог-дискурсу. Також досліджено когнітивно-риторичні властивості гендерно-маркованого блог-дискурсу і визначено лінгвостилістичні властивості вербалізаторів концепту ЖІНКА у англomовному блог-дискурсі.

#### 2.1. Блог як гендерно-маркований дискурс

Для дослідження обрано англomовний блог «Gawker», який у 2002 році стартував у форматі блогу про знаменитостей і медіа, а згодом переріс у медіа-ресурс таблоїдного типу. «Gawker» позиціонував себе як ресурс щоденних новин з Манхеттену і пліток. У 2015 році щомісячна аудиторія становила 23

мільйони осіб [63]. Популярність «Gawker» отримав завдяки оприлюдненню інформації, яка виходила за межі конфіденційності і отримана незаконним шляхом. 10 червня 2016 року оголошено про банкрутство «Gawker» через програний суд Халку Хоану у розмірі 140 мільйонів доларів [63]. В серпні того ж року було оголошено про закриття ресурсу. Остання стаття була присвячена слову «fuck». Ресурс відновив свою роботу з 2021 року у форматі блогу.

Ознаками блогу «Gawker» як дискурсу є інтерактивність, у кожному тексті була і є досі авторська позиція, періодичність публікацій, відкритість для публіки, присутня інтеграція медійних складових, має гнучкість у форматі, наявні інтерактивні елементи. Основна тематика блогу охоплює новини, розваги, політику, поп-культуру та суспільство. Однією з головних ознак блогу «Gawker» є його провокативність і контroversійність, що провокує обговорення та полеміку. Тексти «Gawker» наповнені гендерними маркерами.

Загалом було проаналізовано 156 публікацій американського блогу «Gawker» за останніх 3 роки, 52 з яких було присвячено відомим жінкам (співачкам, першим леді, представницям королівських родин, кіноакторкам і т.д.), 104 публікацій – чоловікам, які є об'єктами уваги соціуму. З цього можна зробити висновок, що вже свідчить про гендерний дисбаланс у висвітленні життя жінок і чоловіків з числа відомих осіб.

Під час аналізу текстів в американському блозі «Gawker» ми простежили за частотою вживання тих чи інших гендерно-маркованих слів. Зокрема виокремлено такі гендерно-марковані одиниці:

- автори публікацій вживають суфікси, префікси для відтворення жіночих відповідників слів, які означають чоловічі професії: «*-ess, -trix, -ette, -euse, -ine, -woman, female, she-, -lady, maid, -ice*». Суфікс жіночого роду є гендерним маркером, він виділяє відмінність жінки від чоловіка. В статтях, новинах, оглядах блогу «Gawker» маємо: «The **Princess** of Wales» [67], а також вживання відповідного займенника: «**her** music was plaintive», «**she** could never be scorned

or bitte», «in **her** most agonized songs», «to sing about **her** heart», «**her** deepest wants might still be realized» [73];

- під час описів зовнішності і характерів жінок автори використовують пестливі та применшувальні суфікси: «-ie, -y, -ella (- ello, -elle), -en, -erel, -ster, -ette, -ish, -ling, -sie, -sy»;

- у публікаціях, де мова йде про жінок королівських династій, акторок зустрічаються вигуки «wow, oops, shoo, yay, yahoo, ah, aw, aha, bingo, cheers». Ці вигуки вживаються переважно для опису зовнішнього вигляду жінки і підкреслення її сексуальності;

- під час аналізу статей англомовного блогу «Gawker» виявили використання емоційних прикметників як гендерних маркерів: «*marvellous, admirable, fantastic, wonderful, disgusting, horrible, outstanding*»;

- наголошення на чуттєвості жінок номінації почуттів у блозі «Gawker» є маркерами для позначення жіночої статі: «*love, affection, sympathy, hatred, devotion, loyalty, infatuation*»

- також було виявлено використання назв засобів доглядової косметики, що є гендерним маркером, оскільки часто асоціюється з жінками: «*cuticle scissors, mascara, powder, emery board*»

- гендерними маркерами в американському блозі є і звертання до жінок: «*Miss, my lady, my baby*»

Гендерним маркером у публікаціях є зосередження на материнських функціях жінки: «*McVie called «Songbird» her «strange little baby»* [73], «*Kylie Jenner gave birth to a son*» [69]; «*Olivia Wilde hits the gym in NYC two months after welcoming daughter Daisy*» [70].

Окрім того, персонажів публікацій описують «лагідними, чуйними, ніжними, красивими»: «*Her sound, yes, is often gentle*» [73], «*fancy lady*», «*Olivia Wilde is a fresh-faced beauty*», «*Olivia showcases her fabulous figure*» [69].

У текстах блогу «Gawker» автори прицільно використовують **гендерно-марковані слова**, щоб підкреслили приналежність до жіночої статі. В

іронічній новині «Oi, Fancy a Quickie, Miss? Kate Middleton Got Wolf-Whistled in LEEDS» в невеликому шматку речення маємо низку гендерно-маркованих слів «to the missus: Kate Middleton, the Princess of Wales».

Слово «missus» є неформальним скороченням від англійського слова «mistress» (також гендерно-марковане), яке використовуються для означення дружини або партнерки. Воно є аналогією слів «Mrs.», «Miss» («Oi, Fancy a Quickie, **Miss?**»), які є формальним зверненням дозаміжньої жінки на кшталт українського «пані». «Missus» використовується здебільшого в розмовній мові і неформальних ситуаціях і є нормальним у вживанні в текстах блогерів. У деяких регіонах це слово може вживатися загалом для означення жінки, а не лише партнерки чи дружини.

У статтях блогу «Gawker» можна зустріти приклади наявності **нав'язливої гендерної ідентифікації** у соціумі як один з гендерних маркерів. Автори дописів від свого імені не застосовують цього, але висвітлюють такі явища. Наприклад, героїня однієї з новин розповіла про те, що їй забороняли носити штани та верхній одяг з короткими рукавами, оскільки жінки не мають права так одягатися. «Jinger also touches on the Institute's ban on pants and tank tops for women. [I] never found a passage specifically forbidding women from wearing pants».

Зустрічається **використання діалектики влади** в текстах блогу «Gawker». «Beautiful woman like you got a boyfriend?» відводить жінці роль власності чоловіків. «Jinger Duggar Vuolo, whose name is pronounced «Ginger» but spelled like that to conform to her family's strict J-names protocol» - чітке підпорядкування правилам сім'ї без права навіть на індивідуальність в імені. «He's certainly the mayor of one young lady's heart» - чоловік є мером (повелителем) серця молодої жінки, що вказує на пряме підпорядкування жінки старшому чоловіку.

У багатьох текстах блогу «Gawker» автори використовують **семантичні пониження** щодо жінок. «HelloOoOoOo nurse, and a very hearty awooga to the

missus: Kate Middleton, the Princess of Wales, was the recipient of a lecherous wolf-whistle while on an official visit to a market in Leeds... The only thing more powerful than culturally ingrained misogyny is a woman's power to be chatting at the shops.» «HelloOoOoOo nurse» та «awooga» є образливими словами, які несуть в собі сексуальний підтекст. Слово «awooga» не є офіційним словом англійської мови і вживається як грубий вираз здивування, захоплення кимось або чимось.

«She's super bad ass» вжито після аналізу поведінки і заяв акторки в соціальних мережах, яка постійно змінює своє ім'я. І вже зовсім образливе висловлювання в цій іронічній статті: «Indeed, and she's suckin' dick for a lot more than Range Rovers, honey, as we know» [60].

Щодо використання метафор, які відображають певні перешкоди для розвитку і реалізації жінок, то в блозі «Gawker» вони зустрічаються рідко. Одна з них має дискримінаційний характер і гендерну об'єктивацію: «I myself guessed that she would be part of the team trying to take **Working Girl to the Great White Way**. Дослівно вона перекладається «взяти дівчину-робітницю на Велику білу вулицю». Вона походить від американського жаргону. «Working Girl» - це назва фільму 1988 року, в якому показана історія молодої жінки, котра прагне просуватися в кар'єрі. «The Great White Way» - це народна назва вулиці Бродвей. Загалом фраза означає: «адаптувати історію або концепцію «Working Girl» до вимог Бродвею», щоб вона відповідала його масштабу та престижу.

Метафора «**wolf-whistled**» (українською мовою – засвистіти комусь вслід) означає дискримінаційну реакцію на красиву жінку як на об'єкт сексуального бажання [wolf whistle]. Чоловіки видають такий свист, маючи вульгарні наміри і з метою привернути увагу до зовнішності жінки. Така поведінка може спричиняти дискомфорт під час перебування в громадських місцях, викликати відчуття незручності, образи та неповаги до жінок. Вона вказує на шкідливі стереотипи та нерівність, з якими жінки можуть зіштовхуватись у суспільстві.

## 2.2. Тактико-стратегічне аранжування англомовних гендерно-маркованих блогів

Однією зі стратегій, яка зустрічається у блозі «Gawker», є стратегія домінування. Будь-яку стратегію визначає макроінтенція тих, хто бере участь у діалозі, тобто стратегія передбачає пошук спільної мови і використання співпраці у формі діалогу. Це впливає на вибір тональності комунікації і підбір мовленнєвих ходів.

У розширеній новині про випадок з принцесою Уельської «Oi, Fancy a quickie, Miss? Kate Middleton Got Wolf-whistled in Leeds» [67] макроінтенцією є збереження у суспільстві ненормативної поведінки і гендерної дискримінації жінок як до об'єктів сексуальної привабливості. Автором публікації використана стратегія домінування, в якій він опирається на власний авторитет більше, аніж авторитет своєї героїні, і апелює до неї як до рівної собі, але з позиції чоловічого домінування над жінкою.

У тексті автор використав декілька тактик, однією з яких є нормалізація та мінімізація. Це спостерігається у вислові «Aw, s'mon sweetie! It's a compliment!» зменшує серйозність інциденту, нівелює дискримінацію, яка проявляється у вульгарному свисті до жінки як до сексуального об'єкта, а презентує цей вчинок з боку невідомого чоловіка як комплімент. Жіночі розмови в магазинах автор визнав більш важливими, аніж соціальну мізогінію щодо жінок («The only thing more powerful than culturally ingrained misogyny is a woman's power to be chatting at the shops»), чим зменшив серйозність цього явища у соціумі.

Іншою тактикою є персоналізація і емоційність викладу. Кейт Міддлтон описується як красива жінка («Beautiful woman like you»), використовуються панібратські фрази з емоційним забарвленням («HelloOoOoOo nurse, and a very hearty awooga»), а свист вважається звуковим привітанням з двох нот («two-note greeting»).



Автор використовує тактику порівняння та протиставлення. В новині є порівняння Кейт Міддлтон з покійною королевою Англії Єлизаветою («If the late Queen of England were ever to be catcalled like this, she probably would've lobbed a swift «sod off!» back at the aggressor. Kate, stoic as ever, ignored it»). Вказується, що на відміну від королеви принцеса Міддлтон зреагувала стримано і ввічливо, ніж це би зробила Єлизавета. Цей контраст підсилює те, що інцидент не був великою проблемою.

Також є тактика маніпуляції стереотипами, яка стосується того, що виховані жінки і жінки, які мають важливу місію в житті, не звертають уваги на подібні випадки: «The Princess of Wales smiled through the smut», «It was, in fact, very «polite» of her to ignore, especially considering the culture in which we're living».

Автор вдався і до тактики мікроагресії, адже весь тон тексту написаний у вигляді жарту та іронії, але насправді такий підхід підриває впевненість жінок у собі, укріплює відчуття незахищеності.

Ще одна тактика, яка використана автором, це претензія на об'єктивність. Як він вказує у тексті, що гіпотетично за умови прийняття закону про вуличні домагання власник хтивоого свисту міг би потрапити до в'язниці. Відразу ж пропонуються результати опитування громадської думки як авторитетного учасника діалогу. «As of press time, 79% of votes say wolf-whistling should stay legal, which maybe says more about their readership, of which I am a voting member». Ця тактика використовується для встановлення власної позиції як єдиної правильної та «об'єктивної».

У блозі «Gawker» автори публікацій вдаються також до аргументативної стратегії, суть якої полягає в тому, щоб переконати адресата за допомогою раціонально-емоційного впливу на нього завдяки зміні асоціативних зв'язків [33, с. 123]. Для досягнення потрібного впливу «на думки та почуття аудиторії за допомогою перформативних висловлювань» (перлокутивного ефекту) [33, с. 123]. З цією метою автор обирає два-три базових аргументи, які вважає

найвагомішими і найбільш переконливими в очах соціуму. Аргументативна стратегія в блоговому дискурсі реалізується за допомогою таких тактик, як маніпулювання (переконування за допомогою створення для адресанта відповідних логічних висновків), деталізація (застосування конкретизації та буде деталізованої інформації).

Аргументативну стратегію можемо спостерігати в тексті, написаному у формі щоденника, про відому акторку і режисерку Олівію Вайлд «Olivia Wilde is at the Gym» [69]. Головним завданням цієї стратегії є намір автора публікації переконати читачів в тому, що заняття спортом допомагають в житті жінки мати гарантовану стабільність.

Ознаками аргументативної стратегії у цьому тексті є те, що використана доказова база - стратегія ґрунтується на низці фактів та прикладів, які підтверджують твердження, що Олівія Вайлд регулярно перебуває у спортзалі; звертання до авторитетних джерел - згадується джерело «Daily Mail», яке подає фактаж і світлини перебування Олівії Вайлд спортзалі. Ще однією ознакою аргументативної стратегії є хронологічна послідовність - подано послідовний перелік дат та заголовків, які підтверджують присутність Олівії Вайлд у спортзалі.

З метою реалізації стратегії автор використовує тактику деталізації фактажу, адже стаття оформлена у формі щоденника упродовж декількох років і з детальним описом зовнішнього вигляду героїні, згадуванням подій в її житті, публікацією світлин.

Тактика маніпулювання реалізується через наведення логічних висновків, що незважаючи на будь-які події в житті, Олівія Вайлд завжди відвідує спортзал. До прикладу: «Pregnant Olivia Wilde looks fresh-faced after yet another workout», «Olivia Wilde hits the gym in NYC two months after welcoming daughter Daisy», «she heads to the gym in LA - after rumours of major dust-ups among cast of her film Don't Worry Darling», «Olivia Wilde is all smiles heading to a morning gym session in LA... after giving a powerful speech at the Elle Women in Hollywood

celebration», «she braves the rain in a sports bra and leggings... just hours before Golden Globe Awards which SNUBBED her», «she lifts her spirits over workout in LA after splitting from Harry Styles».

Також однією з тактик є перерахування конкретних дати і заголовків з новин, які свідчать про присутність Олівії Вайлд у спортзалі. Фактично щоденник і є хронологією новинних заголовків в інших виданнях, що надає інформації важливості і авторитетності.

У блозі «Gawker» є низка матеріалів, де використана валоративна стратегія, яка реалізується за допомогою презентації, вихваляння адресата [31, с. 146]. Для цієї стратегії властиві низка тактик: позиціонування, яке полягає у створенні потрібного іміджу в тому чи іншому соціокультурному середовищі; дистанціювання пов'язане з умисним униканням чи зняттям негативних фактів, моментів, які можуть зашкодити чи зруйнувати імідж; міфологізація пов'язана з використанням архетипної символіки з метою впливу на підсвідомість адресата; архаїзація для створення позитивного образу на фоні порівняння з іншою особою, опонентом і т.д.

Ця стратегія в блозі «Gawker» реалізована в статті «The sublime Christine McVie», яка присвячена пам'яті відомої англійської співачки, музиканта і авторки пісень Christine Anne McVie. З заголовку автор формує позитивний імідж «The sublime Christine McVie» (Видатна Крістін МакВі).

За допомогою тактики позиціонування формується імідж співачки, яка відверто співала про свої почуття і вірила в любов: «She may not have been the most famous member of Fleetwood Mac, but she was the most courageous», «She made desperation sound reasonable».

Тактика архаїзації проявляється у порівнянні МакВі з іншою солісткою гурту, яка мала більшу славу і визнання. Автор наголошує на перевагах МакВі «If Nicks was brave enough to write about being alone, then **McVie had the courage to write about believing in love**. Her music was plaintive but never pathetic,

desperate but never disconsolate»; «It's important to understand that McVie and Nicks were both geniuses in different ways».

Водночас образ Нікс допомагає реалізувати тактику дистанціювання, адже саме її відгуки додають більшого позитиву іміджу МакВі: «Nicks would later tell an interviewer at the Guardian: «We felt like, together, we were a force of nature». Тактика дистанціювання також виражається через наголос на позитивних сторонах МакВі.

Тактика міфологізації полягає в тому, що співачку МакВі автор описує з позиції архетипу Великої Матері (за класифікацією Карла Густава Юнга щодо основних п'яти загальнолюдських архетипи), яка пісні називає своїми дітьми, яка є ангелом і дає всім надію на краще («McVie was the steady heartbeat throughout that tumultuous heyday, as she wrote song after song that professed a belief in the possibility of love»), яка своїми піснями може дати відчуття розради і підтримки у найважчі періоди («was the only thing that calmed me down at night at the height of the pandemic lockdown»), яка піклується про своїх друзів («It's how I will remember Christine McVie: taking her friend's hand and making it fun»), але при цьому не намагається бути на перших позиціях («She may not have been the most famous member of Fleetwood Mac»).

У публікаціях блогу «Gawker» здебільшого використовуються стратегії домінування, аргументативна стратегія, валоративна стратегія. Для кожної з них властиві свої тактики.

### **2.3. Жанрово-дискурсивна репрезентація концепту ЖІНКА у структурі блог-дискурсу**

Мовленнєвий жанр - це необхідність «повноцінного розуміння природи й організації дискурсу». Мовленнєвий жанр є «типовим способом побудови мовлення в конкретній ситуації, призначений для передавання певного змісту; розгорнуту мовленнєву побудову, що складається з певної кількості

мовленнєвих актів, у яких комунікативний намір кожного мовця підпорядкований його стратегії й тактиці» [3, с. 23].

Вітання – мовленнєвий жанр, який передбачає вітання людини чи групи людей з якимось досягненням чи наявністю унікальних даних («So congratulations to Apple Martin on inheriting her dad's genetics!»).

Мовленнєвий жанр комплімент використовується для висловлення похвали, визнання, признання або високої оцінки чого-небудь або когось. Компліменти використовуються для передачі позитивного ставлення, вираження поваги та підтримки

Цей жанр має на меті зробити сприятливе враження на отримувача і підкреслити його позитивні якості, здібності, зовнішній вигляд, досягнення або внесок у певну галузь. Комплімент може бути висловлений усно або письмово, особисто або публічно.

Характерними рисами мовленнєвого жанру комплімент є: позитивне висловлення (позитивна оцінка, шана, подяка або захоплення - «Why is she our new queen?»), вираження конкретних якостей (стосується певних якостей, досягнень або зовнішнього вигляду отримувача - «an «unique» look like Martin's»), суб'єктивність (відображає особисту думку адресанта), ввічливість (робиться з дотриманням норм етикету і ввічливості, демонструючи повагу та ввічливе ставлення).

Тактика дистанціювання, яка використовується для зняття всього негативного, що може зруйнувати імідж. У статті в цій тактиці використовуються мовленнєві жанри інформація, схвалення, підтвердження.

У цьому випадку інформація йде як заперечення інформації про усталену думку в соціумі, що лише «кумівство» (діти і родичі відомих особистостей) мають можливість для потрапляння в вищий світ, бути обличчями відомих брендів - «Believe it or not, it isn't nepotism».

Мовленнєвий жанр схвалення використовується для вираження позитивного ставлення, одобрення, визнання або підтримки щодо дій, ідеї,

вчинків або характеру кого-небудь. Цей жанр спрямований на підкреслення цінностей, досягнень або важливості певної справи («She sat front row at the Chanel show during Paris Fashion Week, and every fashion-adjacent outlet went wild»).

Мовленнєвий жанр підтвердження використовується для підтвердження істинності, правильності, достовірності або важливості інформації, думки, факту чи дії. Цей жанр спрямований на підкреслення і утвердження того, що було сказано або зроблено («Martin has a narrative, connections, and money, all but guaranteeing a pathway to at least low-level influencerdom, but these days that's not always enough to distinguish someone from the rest of the pack»; «There's even a TikTok filter that allows people to change the distance between their eyes»).

У новині «Road Dog Kate Middleton Rides out «Spare» Drama» [Road Dog Kate] застосовано стратегію домінування з використанням тактики приниження, маніпуляції стереотипами,

У тактиці приниження використані мовленнєвий жанр образи, який використовується для негативного висловлення, критики, висміювання або образи кого-небудь або чогось. Головна мета - навмисно принижувати чи зневажати певну особу, подію, явище. Для цього використовуються грубі, ворожо налаштовані або принизливі вислови, які спрямовані на нанесення шкоди іміджу чи висловлення зневаги. слова Вже у заголовку використано «road dog» (буквально «собака-дорожня») щодо королівської особи та фразу «she's fast, she's furious» (вона швидка, вона гнівна), які підсилюють стереотип про жінку як надто емоційну, агресивну або непередбачувану особу.

«Kate, who has a reputation for being nucking futs as fuck... enveloped in her own gloopy and furious «red mist». Використовуються вислови та фрази «nucking futs as fuck» (абсолютно збожеволіла), «red mist» (розлючення).

Тактика маніпуляції стереотипами досягається через мовленнєвий жанр глузування, який використовується для жартівливого критичного висміювання або насмішки над ким-небудь чи чим-небудь. Цей жанр часто має

гумористичний характер. У глузуванні використовуються гострі, іронічні або сатиричні коментарі, які мають на меті показати недоліки, слабкості, незграбність або смішні сторони.

«This is not a period joke, women can be wackadoo without the presence of blood, and I would never suggest that the Princess and mother of three has any reproductive organs». В цій частині новини йдеться про стереотипне уявлення щодо жінок, що під час менструації вони роблять дивні вчинки чи можуть бути неадекватними. Проте і без цього вони можуть бути в такому стані, хоча автор не ставить під сумнів наявність репродуктивних органів в принцеси.

В іншій публікації, де використана стратегія домінування, «Kyrsten Sinema is Right (not about Politics) (or how to Dress)» використана тактика перенесення уваги з політичної діяльності адресата на особисте життя і особисті характеристики. Застосовано мовленнєвий жанр інформація, за допомогою якого повідомляються факти з її життя, які характеризують її як егоїстичну людину.

Також присутній мовленнєвий жанр підтвердження як форма комунікації, в якій особа підтверджує або підтверджує свою згоду, зобов'язання або факти. Цей жанр використовується для підтвердження чогось, що вже було сказано або домовлено раніше, або для підтвердження правильності або достовірності інформації. Він може мати різні форми залежно від контексту і способу комунікації. Основна мета такого підтвердження полягає в тому, щоб підкріпити або засвідчити, що даний факт, думка, угода або домовленість є точними або що вони були зроблені і зрозумілі правильно: «There are few things in this polarizing climate on which we all — Democrats, (some) Republicans, Zoomers, Boomers, anyone daring to try a bold tone, clash-print ensemble — **can agree**, and that thing is that Sen. Kyrsten Sinema sucks».

Також тактика приниження розкривається через мовленнєвий жанр інвектива, який відображає обурення, невдоволення або різку критику. Як правило, в інвективі змальовані негативні почуття, вживаються емоційно

забарвлені слова або фрази. Щодо Kyrsten Sinema, то автор свідомо називає її відстійною, перелічує всі її життєві віхи і при цьому слово «відстій» (в англійській мові це слово має яскраво виражену образливу тональність на межі нецензурної лексики) постійно повторюється з метою закарбувати це в підсвідомості читачів: «Sinema **sucked** when she filed for divorce in 1998; she **sucked** when she opposed dismantling the filibuster and thus derailed most of Biden's agenda; she **sucked** when she held up every measly compromise the Democrats introduced over the past two years; she **sucked** every time she got dressed during that same period; and she **sucked** earlier this month, when she officially changed her party registration to «Independent». І на завершення у висновках додається: «образа - our ever-growing file titled «Sinema sucks»».

Також використано мовленнєвий жанр «звинувачення» для висловлення обвинувачень або підозр щодо дій, поведінки чи вчинків адресата. Звинувачення може бути безпосереднім або опосередкованим щодо особи, групи людей або організації. Зазвичай, використовуються аргументи, докази або конкретні приклади, що підтверджують негативну поведінку або дії особи. Звинувачення можуть мати емоційний підтекст або викликати сильні емоції, зокрема гнів, обурення або розчарування. «It's proof that Sinema can occasionally be right about some things, if only when they matter to her» - звинувачення у тому, що Kyrsten Sinema може бути правильною тільки тоді, коли їй це вигідно і далі на підставі інформації з офіційних і неофіційних джерел іде перелічування конкретного фактажу: «Some of the rider's other revelations: Sinema occasionally asks her assistant to get her groceries, then pays them back on Cash App. When her internet goes down, her assistant sometimes calls Verizon to schedule the repair. Apparently, being the pharmaceutical industry's hype man gets draining, such that Sinema requires a weekly massage and perpetual hydration».

У цій стратегії автор вдався до застосування мовленнєвого жанру глузування як форми комунікації, в якій використовуються жартівливі або



іронічні заяви, що можуть містити певну критику або насмішку над особою, ситуацією або явищем. «Consider, for example, her feelings on flying: She hates it. “KS does not like to fly,” one excerpt reads. **“It is your job to make her as comfortable as possible on each flight.”** Honestly, same. **It’s noble to hate flying;** climate-minded, even» або ж «And water should never be too cold to chug. **Someone had to take a stand against the tyranny of ice,** and Sinema finally followed through on one fucking thing».

#### 2.4. Когнітивно-риторичні властивості гендерно-маркованого блог-дискурсу

Когнітивно-риторична специфіка гендерно-маркованого дискурсу в блогах і медіа-просторі полягає в тому, що вона за допомогою текстів різних жанрів та заголовків здійснює прихований вплив на формування громадської думки.

Англомовний блог «Gawker», який реалізується в Інтернет-просторі і медіа-дискурсі через текст з використанням інших складових медіа є гендерно-маркованим. В ньому використовуються майже усі канони риторичного інструментарію [31].

Інвенція в «Gawker» через ретельний вибір і розробку аргументів, прикладів, статистичних даних, свідчень на підтвердження думок або позицій у ньому. Автори публікацій ретельно відстежують особисті сторінки, профілі знаменитостей в Інстаграмі («On March 21, 2022, Jenner posted an update on Instagram»), Твітері, Фейсбуці, моніторять коментарі під їхніми дописами і вибирають ті, які відповідають головному задуму публікації, здійснюють аналіз публікацій в інших виданнях (нетаблоїдного типу, які мають високий рівень довіри в читачів), збирають інформацію від інсайдерів (про надання інформації від інсайдерів можна часто прочитати в новинах, оглядах цього блогу), цікавляться подіями в культурному і політичному середовищі і т.д. Під

особливою увагою авторів блогу «Gawker» представниці жіночої статі, які є відомими в своїй галузі діяльності.

Диспозиція текстів в «Gawker» як в гендерно-маркованому дискурсі має чітке структурування мовлення. Це завжди промовисті, гострі, провокуючі заголовки. Як правило, з заголовку уже зрозумілим є головне послання і зміст публікації. Не менш вагомими є підзаголовки, які ще більше розкривають суть дискурсу. Публікації «Gawker» мають вступ (в медіа це «лід» або «врізка»), який налаштовує адресатів на відповідний тон дискурсу, розкриває основні цілі і завдання. В основній частині матеріалів «Gawker» здійснюється аргументація за допомогою фактажу і посилення на авторитетні джерела, емоційне апелювання. Кожен текст в «Gawker» має заключення, яке в більшості випадків спонукає адресатів прийняти думку автора, яка була описана у врізці. Це своєрідне психологічне зомбування читачів, яке є допустимим в блогах, але забороненим прийомом в медіа, оскільки медіа стандарти зобов'язують авторів журналістських текстів подавати інформацію таким чином, щоб серед розмаїття думок, фактів і висновків, читач сам приймав рішення і виробляв власну позицію. Чітка організація в «Gawker» робить потік інформації логічним, послідовним і зрозумілим.

Канон елокуції в «Gawker» релазіується через особливу виразність і стилістичне подання мовлення. Автори текстів обирають слова, фрази, образи таким чином, щоб якомога дієвіше вплинути на свою аудиторію. Вони часто використовують нецензурну лексику, гострі висловлювання, гендерне маркування в багатьох випадках зумисно підсилюється різними формами висловлювання.

Оскільки блог «Gawker» представлений у цифровому текстовому форматі, то канон перформації у ньому реалізовується через вкраплення у текст відео з вечірок, Youtube-каналів, де можна побачити голосову експресію, а також жестикуляцію і міміку. З цією ж метою ретельно підбираються фотографії, на яких чітко видно емоції, стан героїні. Тобто фотографія є окремим жанром і її

в «Gawker» можна охарактеризувати як «промовисту», коли замість слів достатньо зображення.

В Інтернет-просторі когнітивно-риторичною особливістю є заголовки інтернет-новин, інтернет-статей, які «здебільшого апелюють через етос (риторику), пафос (оцінки, емоції, потреби) або логос (аргументація), які є засобами впливу [31].

Заголовки «Gawker» більше спонукають читачів реагувати емоційно, давати оцінки героїням. Наприклад, заголовок «Apple Martin's Secret to «It Girl» спонукає дізнатися про секрет краси Apple Martin's, завдяки якому вона стала обличчям модно дому Шанель. Водночас підзаголовок «Believe it or not, it isn't nepotism» ще більше апелює до галузі емоцій, використовуючи слово «кумівство» («nepotism») і «хочете вірте, а хочете ні».

Часто заголовки є провокативними, з запитаннями, щоб спонукати до прочитання, до суспільного обговорення теми публікації. Наприклад, «Teigen Tales: Chrissy Teigen Gives Birth to Unnamed Infant» в заголовку вказується, що відома особистість досі не оприлюднила ім'я своєї нещодавно народженої дитини. І вже у підзаголовку пропонують подискутувати щодо того, що є важливішим: народження дитини чи епіляція бікіні: «Did she get a bikini wax first?».

Запитальних форм у заголовках в блозі «Gawker» багато. Це робитьс яз метою залучити читачів до обговорення, зокрема «What Can't She Do? Florence Pugh Got John Le Carré to Start Writing Again». Питання, « а що їй не під силу?», є риторичним і підштовхує знайти відповідь, ретельно вивчити можливості героїні. У підзаголовку нема відповіді, але є легка іронія: «Miss Flo is everyone's favorite muse, it seems»

Риторика «Gawker» характерна використанням когнітивних метафор з метою відображення мислення, пізнання і концептуалізації дійсності. «Метафори полегшують процес мислення, надають емпіричні рамки, всередині яких ми можемо опанувати отримані абстрактні концепти. Наша

побутова понятійна система, в межах якої ми мислимо і діємо, метафорична за своєю сутністю» [12].

У новині про вульгарну поведінку щодо принцеси Уельської використано концептуальну метафору «smiled through the smut» [67], суть якої полягає в тому, що виховані жінки завжди тримають себе в руках і посміхаються крізь смуток. Ця метафора використовується для описування ситуації, коли жінка зберігає позитивний настрій, усміхається, незважаючи на неприємні, вульгарні або непристойні обставини чи коментарі, з якими вона може стикатися. Такі метафори використовуються для опису сильних або вихованих жінок, а також нав'язування гендерної поведінки, що жінка має пробачати і бути великодушною. І в підтвердження цього в цій же публікації маємо, що «It was, in fact, very «polite» of her to ignore, especially considering the culture in which we're living». Щоб закріпити в усвідомленні читачів думку про те, що справжні леді стримані і виховані, автор додає, що для них важливо виконувати свою життєву місію, вживши для цього вислів «her «life's work» («She kept it moving after the holler, as her «life's work»)). Концептуальна метафора «her «life's work» (українською «робота її життя») використовується для описування чогось, що є головним, найважливішим або найсуттєвішим в житті жінки, що вона не просто має життєвий шлях, а йде по цьому шляху з важливим завданням. Ця метафора передає ідею, що ця робота є цінною, змістовною і займають центральне місце у житті Кейт Мідлтон.

З метою викликати співчуття до героїні, яка зазнала дискримінації в одній з церковних общин, жила в суцільних заборонах і брехні, а також стала жертвою сексуальних домагань автор використовує метафору «hell on Earth» («Sounds like hell on Earth»). Концептуальна метафора «hell on Earth» (українською: «пекло на Землі») використовується для описування надзвичайно важких, жорстоких або страшних умов, ситуацій або місць, які в уяві людини асоціюються з пеклом, де панує страждання, хаос і важкі умови.

Вона передає ідею абсолютної жорстокості, безладу та нестерпного стану, де неможливо знайти втіхи або врятування.

Концептуальна метонімія «First Lady» (*The former First Lady said she couldn't stand him for 10 years*) зустрічається в текстах блогу «Gawker» 19 разів. Частіше зі згадуванням імен дружин президентів, але і часом вживається як означення еталону справжньої жінки. «First Lady» використовується для позначення дружини президента або керівника держави замість згадування імені або посади жінки. Метонімія виконує роль вказування на статус і роль дружини голови держави, може застосовуватися до дружини будь-якого керівника, який має визначений статус і займає ключову посаду в державі, наприклад, до дружини прем'єр-міністра або голови міста. Вона може використовуватися в інших контекстах для позначення дружини впливової або видатної особи, яка не є політичним лідером. Це відображення форми престижу, значущості та визнання, пов'язаної з партнерством або зв'язком з впливовою особою. І відтак ця метонімія має гендерно-марковане забарвлення. Окрім того, «First Lady» передбачає володіння переліком чеснот, стилю поведінки і навіть стилю одягу та спілкування.

Концептуальна метонімія «Diva» в блозі «Gawker» використовується для позначення відомих жінок-вокалісток, зокрема в рок-н-рольній музиці або ж політичних діячок «for diva behavior» в огляді «Kyrsten Sinema is Right (Not about Politics) (Or how to Dress)». Це мовленнєве явище увійшло і в український лексикон, щоб замість безпосереднього згадування імен виконавець вказати на їх талант і визнання у соціумі. «Diva» походить від італійського терміну, що означає «богиня» або «велика співачка». Свого часу так називали відомих і обдарованих оперних співачок, що водночас і означало отримання слави, відповідного матеріального забезпечення і соціального статусу. Ця метонімія передає ідею надзвичайності, величчя і авторитету вокалісток в музичному світі. «Diva» (поп-діва, рок-діва, оперна діва) також може асоціюватися зі стилем,

гламуrom та екстравагантністю бо часто виконавиці мають унікальний індивідуальний стиль.

Авторська концептуальна метонімія «Hillsong-y art», яка в прямому значенні має на увазі музику і християнські служіння «Hillsong Art», які є в групі церков Hillsong. Натомість в статті «Jinger Duggar Vuolo Rails against the Cult that Raised Her» «Hillsong-y art» уособлює місце, церковну спільноту, де головна героїня зазнала дискримінації і наче побувала в пеклі, тому автор підтримує жінку і застерігає не потрапити до цієї пастки знову: «Sounds like hell on Earth. Good luck in your new life, Jinger. Don't accept any substances from any Hillsong-y art heauxs tonight at your book party tonight and you'll be okay».

## **2.5. Лінгвостилістичні властивості вербалізаторів концепту ЖІНКА у англомовному блог-дискурсі**

Загалом визначають «чотири основні групи стилістичних прийомів»:

- лексичні стилістичні прийоми, до яких зараховують метафору, гіперболу, метонімію, епітет, уособлення, гру слів, іронію, зевгму;
- синтаксичні: інверсію, риторичне питання, еліпсис, повтори, хіазм, апозиопезис, паралельні конструкції, асиндетон, приєднання та відокремлення, полісиндетон;
- лексико-синтаксичні: антитезу, порівняння, літоту, градацію, перифраз;
- графічні і фонетичні: курсив, орфографічні помилки, підкреслення, великі літери, розподіл на склади, лапки, асонанс, алітерацію, оноματοпею, риму, ритм [28, с. 224].

Концепт ЖІНКА посідає важливе місце у мовній картині світу будь-якої нації, адже є одним з найважливіших феноменів національної свідомості. Концепт ЖІНКА відображає стереотипні уявлення про жінку як втілення запропонованих суспільством характеристик і властивостей. Останні сформувалися на базі статевих, етичних, сімейних, естетичних, громадських та інших функцій.

Концепт ЖІНКА вербалізується через мовні засоби вираження комунікативно-прагматичних інтенцій в текстах блогу «Gawker». Проаналізувавши публікації блогу упродовж 2021-2023 і 2015 років ми визначили головні теми цих текстів, які стосуються стосунків між людьми, родини, сім'ї, особистих досягнень, шляхів реалізації мрії на прикладі життя відомих жінок. Апелювання до аудиторії відбувається доволі активно. Частина публікацій присвячена гендерній рівності, соціальній справедливості, насильству, походженню. Для реалізації цих прагматичних інтенцій у текстах блогу «Gawker» автори використовують метафори, антитези, іронію, сарказм, гіперболи, алегорії, порівняння, риторичні запитання та інші стилістичні прийоми, які акцентують на особистому ставленні адресанта, а також слова і вирази, які спрямовані на залучення аудиторію до діалогу і широкого обговорення, спонукають до дії.

Лінгвостилістичним вербалізатором концепту ЖІНКА в англomовному блозі «Gawker» є метафори, які характерні значним прагматичним потенціалом і емоційним забарвленням, внаслідок чого вони стають ефективним засобом для впливу на суспільну свідомість. Метафори як вербалізатори концепту ЖІНКА викликають у читачів конкретні емоції – і це має вплив на їхні висновки і судження.

В огляді про творчість співачки «The Sublime Christine McVie» використано низку метафор: «she gives me the courage to think that sometimes, things might actually be as good as they feel». Автор прагне підсилити емоційне враження і сприйняття позитивної ситуації. І цю віру в позитивність вселяє жінка. «The kind of earnest well wishing that only someone who can say 'I love you, I love you, I love you' could offer without a hint of cringe» передає унікальність Жінки як людини, яка може щиро і без жодної фальші сказати про свою любов, яка вірить в любов.

У новині «Apple Martin's Secret to «It Girl» Status Revealed» використано метафору «set the fashion world on fire» (запалити модний світ), прагматичною

інтенцією якої підкреслити унікальність і потенціал молодої жінки, а також її вплив на модну індустрію. «Famously fruit-named daughter» автор прагне привернути ще більшу увагу до головної героїні і спонукати адресата вкарбувати в пам'яті ім'я дівчини. Це також відображає непересічність і рідкісність серед жіночих імен.

Антитеза (протиставлення) стилістичний прийом, який використовується для впливу на читацьку аудиторію. Застосування цього вербалізатора базується на контрасті - протиставленні понять або явищ, які мають загальну структуру або є внутрішній зміст.

«Becoming Free Indeed: My Story of Disentangling Faith from Fear» [Jinger Duggar Vuolo Rails Against the Cult that Raised Her] передає відчуття протилежності між двома поняттями: свободи і страху. Створюється ефект контрасту. Ця антитеза додає розповіді про героїню цікавості, глибини і важкості шляху від цілковитого страху до свободи.

Для вербалізації концепту ЖІНКА в блозі автори використовують стилістичний прийом порівняння, який полягає в установленні аналогії або подібності між двома речами, явищами або ідеями з метою пояснення, підкреслення, уточнення чи задля справити враження на адресата. «Her voice was as smooth as silk» голос співачки порівнюється з гладкою текстурою шовку, щоб донести до читача розуміння ніжності і приємності жіночого голосу. Це також створює враження про МакВі як про ніжну жінку.

У порівнянні «If Nicks was brave enough to write about being alone, then McVie had the courage to write about believing in love» адресант порівнює двох жінок, які мали відвагу у своїй творчості відображати важливі теми. Водночас за допомогою порівняння адресант показує різні форми жіночої сміливості, різні форми жіночої творчості - порівняння використовується для визначення характерних рис авторів пісень, Стіві Нікс та Крістін МакВі з групи «Fleetwood Mac». Одна жінка відерто співала про самотність, інша – про віру в кохання.



Стилістичний прийом алегорія покликаний передавати абстрактні чи універсальні ідеї за допомогою конкретних образів, персонажів та сюжетів. З її допомогою адресант поглиблює розуміння теми, емоційно занурює читачів в текст, спонукає читача до роздумів і рефлексії.

Алегорія «the hope that in risking to sing about her heart, just on the brink of breaking, her deepest wants might still be realized» використана автором для передавання емоційного і психологічного стану співачки і її пісень. У цьому контексті вона відображає надію і бажання жінки, висловити свої почуття навіть, якщо це може призвести до болю, осуду чи розчарування. Таким чином автор створює образ жінки-співачки, яка випромінює силу і водночас є вразливою, яка відверто говорить про свій емоційний стан за допомогою мистецтва. Таким чином адресант спонукає читачів до роздумів і емоційного співпереживання.

Стилістичний прийом гіпербола підсилює, підкреслює або надмірно акцентує увагу на певних ідеях, емоціях або характеристиках з метою вразити аудиторію або привернути її увагу.

За допомогою гіперболи «all of the air has been forcefully sucked out of their lungs and they are on track to die of suffocation in the next minute or so» [I'm Worried that Kaley Cuoco is Going to die of Happiness] адресант передає стан щастя закоханої жінки, який межує зі смертю і створює емоційний ефект того, що це ніби кінцева ціль в її житті, тому це викликає глибоке занепокоєння в читачів.

Стилістичний прийом іронія використовується авторами блогу «Gawker» для передавання суперечності між сказаним і справжнім значенням, створення комічного ефекту, щоб змусити читача ставити під сумнів дії, вислови певних людей. Іронія також застосовується для підкреслення недоліків, протиріч або абсурдності чого-небудь

«Newsflash: chivalry isn't dead, mama, especially for women born in Nebraska like Jojo was» [Inside the Jojo Siwa Zoomer Lesbian Summit at Erewhon Market] у

цій іронії автор показує читачам, що «лицемірство не вмерло», особливо в жінок, народжених в Небрасці. Адресант підкреслює таким чином прагматичний інтерес популярної особи. І ця іронія відображає дискримінацію та нерівність між чоловіками і жінками, адже жінці доводиться іти на хитрощі, щоб досягти ще більшого впливу на свою аудиторію.

*«I myself guessed that she would be part of the team trying to take Working Girl to the Great White Way, but I was just as wrong as everyone else»* [Mystery Solved: Amanda Seyfried is Doing a «Thelma & Louise» Musical]. У цьому випадку автор підкреслює неправильність власних очікувань і очікувань соціуму щодо успіху жінки-авторки, яка намагалася посередній мюзикл презентувати у Бродвеї. Підкреслюється контраст між очікуваннями та реальністю, а також невміння жінки-авторки підібрати вдалу тему і творчий матеріал для постановки мюзиклу вищого рівня.

Стилістичний прийом сарказм виконує функцію передавання гострої критики, використовується для підкреслення недоліків, глупоти, абсурдності або неадекватності чого-небудь або кого-небудь.

*«It's actually almost surreal to them how perfect their fairy tale life is right now»* [I'm Worried that Kaley Cuoco is Going to Die of Happiness] в цьому випадку автор використовує сарказм для гострої критики уявлення героїні свого тексту про ідеальність життя і ідеальність кохання. Адресант висміює ставлення до любові як до казки. Таким чином автор висміює зацікнення певної категорії жінок на особистому житті, на закоханості.

Отже, у блозі «Gawker» вербалізація концепту ЖІНКА відбувається здебільшого за допомогою таких стилістичних прийомів, як метафора, антитеза, порівняння, алегорія, гіпербола, іронія, сарказм. Окрім того, автори часто використовують риторичні запитання, щоб спонукати читачів до глибшої комунікації.

## Висновки до розділу 2

Дослідження англomовного блогу «Gawker» як дискурсу показало, що цей медіа-ресурс використовує стереотипи щодо гендерних ролей у своїх публікаціях. Автори блогу застосовують гендерно-марковані слова, щоб підкреслити приналежність до жіночої статі. Також у текстах можна зустрітися інформацію і події, пов'язані з нав'язуванням гендерної ідентифікації у соціумі та використанням діалектики влади. Окрім того, це гендерно-маркований дискурс характеризується наявністю семантичних принижень щодо жінок у текстах.

Аналіз блогу «Gawker» дав можливість виявити різні тактики та стратегії, застосовані в текстах з метою досягнення стратегічних цілей комунікації. Серед них можна виділити стратегію домінування, яка включає в себе такі тактики, як нормалізація, мінімізація, персоналізація, емоційність, порівняння, протиставлення, маніпуляція стереотипами, мікроагресія та претензія на об'єктивність. Також блозі «Gawker» використовувалась аргументативна стратегія, що базувалась на раціонально-емоційному впливі на адресата шляхом зміни асоціативних зв'язків. Ця стратегія досягалася за допомогою тактик маніпуляції, деталізації та інших. Ще однією стратегією є валоративна стратегія, яка полягає у презентації та вихвалянні адресанта. Для її реалізації застосовано тактики позиціонування, дистанціювання, міфологізації та архаїзації.

За допомогою аналізу блог-дискурсу виявлено низку тактик і мовленнєвих жанрів, які використовуються для репрезентації концепту ЖІНКА. Тактика позиціонування реалізовується через мовленнєві жанри інформація, вітання та комплімент. Тактика дистанціювання використовує такі мовленнєві жанри: інформація, схвалення, підтвердження. У тактиці приниження спостерігається мовленнєвий жанр образу, інвективу, звинувачення і глузування. Тактика маніпуляції стереотипами використовує мовленнєві жанри глузування, інформація, підтвердження. Ці тактики та мовленнєві жанри використовуються

з метою впливу на сприйняття та репрезентацію жінок, які можуть сприяти утвердженню стереотипних уявлень про жіночі ролі та унеможливити повноцінну репрезентацію та розвиток жінок у суспільстві.

Дослідження когнітивно-риторичних властивостей гендерно-маркованого блог-дискурсу в «Gawker» показав, що текстова диспозиція має чітку структуру та використовує промовисті, провокуючі заголовки, які спонувають читачів до емоційної реакції та активної участі у суспільному обговоренні. Риторичні прийоми, такі як когнітивні метафори та метонімії, використовуються для підсилення ефекту та емоційного зв'язку з аудиторією.

У блозі «Gawker» зустрічається різноманітність стилістичних прийомів, які використовуються для вербалізації концепту ЖІНКА. Ці прийоми включають метафору, антитезу, порівняння, алегорію, гіперболу, іронію та сарказм. Автори блогу часто використовують риторичні запитання, які спонукають читачів до активної комунікації та відповідей на поставлені питання. У блозі «Gawker» стилістичні прийоми використовуються з метою ефективною та проникливою вербалізації концепту ЖІНКА та спонукання читачів до активної комунікації.

### Розділ 3

## ЛІНГВОКОГНІТИВНІ ОСОБЛИВОСТІ МОВНИХ ЗАСОБІВ ВЕРБАЛІЗАЦІЇ КОНЦЕПТУ ЖІНКА В АНГЛОМОВНИХ БЛОГАХ

### 3.0 Вступні зауваження

Номінативний простір концепту ЖІНКА в англomовному блозі «Gawker» базується на сукупності мовних знаків. Головна їх функція полягає в вербалізації концептуалізованих складових буттєвого досвіду.

Номінативною одиницею у публікаціях англomовного блогу є мовний знак, який кодує частинки буттєвого досвіду. Номінативні одиниці репрезентовані окремими словами, а також словосполученнями і предикативними конструкціями. Вони кодують досвід, отриманий в певних ситуаціях експліцитно чи імпліцитно.

У першому випадку номінативні одиниці інтерпретувати легко, адже достатніми для інтерпретації є розуміння змістовного вмісту знака і дотупність контекстуальної інформації.

В іншому випадку номінативні одиниці є символічними і вербалізують частинки отриманого досвіду опосередковано. Відповідно для інтерпретації потрібний глибший аналіз самої прагматики тексту, а також концептуальної основи мовної одиниці.

### 3.1. Лінгвоконцептуальне підґрунтя репрезентацій

Концепт містить в собі інформацію про те, «що індивід знає, припускає, думає, уявляє про об'єкти світу» [21, 427]. Відповідно «ядром концепту є чуттєво-наочний образ», який формується на базі особистого досвіду, тому він гранично конкретний [21, 429]. Образ є основою для формування концепту і виконує кодувальні функції.

Концепт ЖІНКА поєднує в собі знання про «особу жіночої статі різного віку» (від новонародженої до жінки в літах), особистість і суб'єкт, який має різні ролі у соціумі (мама, сестра, дружина, дочка, бабуся). Структура

концепту ЖІНКА (WOMAN) формується з ядра, а також ближньої і дальньої периферій.

Якщо брати до уваги етимологію слова «*woman*» в англійській мові, то воно походить від староанглійського «*wīfmon*» (*wife* + *man*), що означає бути дружиною чоловіка. У сучасному Кембриджському словнику подано такі трактування слова «*woman*»: 1) доросла особа жіночої статі («*an adult female human being*»); 2) жінка, яка належить до певної категорії за місцем проживання, походженням, професією («*a woman belonging to a particular category*»); 3) чітко визначена жіноча природа («*distinctively feminine nature*»); 4) жінка як обслуговуючий персонал («*a woman who is a servant or personal attendant*»); 5) жінка як дружина чоловіка («*wife*»).

Синонімами до слова жінка/woman в англійській мові є слова: «*lady*», «*female*», «*girl*», «*person*», «*wife*», «*colleen*», «*daughter*», «*mother*», «*grandmother*», «*aunt*», «*niece*», «*spouse*», «*girlfriend*».

Отже, ядром концепту ЖІНКА (WOMAN) є «жінка» («*female*», «*woman*»), «леді» («*lady*»), «дружина» («*wife*»). Зокрема слово «*woman*» («*middle aged woman*», «*book club with other women*», «*she looks like a woman*», «*a woman who chooses to act like an adult*», «*girls in her stories want to feel women*», «*a different realization, which that is woman*», «*she's a woman*», «*a movie directed by a woman*», «*he met a woman who would capture his heart*», «*woman in her later years*», «*the woman named Norma Jeane Baker*», «*Learn of me what woman is*») у досліджуваному матеріалі зустрічається 123 рази.

Слово «*lady*» в публікаціях блогу - 51 раз («*Gorgeous lady!*», «*Dear lady! Feel like a woman!*», «*of being a quality lady*», «*Lady must make clear that cheating is unacceptable*», «*A lady who may not be so lady-like?*», «*The lady in the flower shop said that roses are expensive just now*», «*Speak like a lady*»).

Слово «*wife*» в проаналізованих публікаціях спостерігається 49 разів («*Wife is the closest companion in your life*», «*At that moment, the future husband and wife were still secretly dating*», «*Emmanuel and his hot wife*», «*As his wife*

*confirms at the end of the film in the family kitchen», «you do not need to wait for a special occasion to do something special for your wife»).*

Окрім того, концепт ЖІНКА (WOMAN) в досліджуваному матеріалі англомовного блогу «Gawker» має низку суміжних концептів («mother» в досліджуваному матеріалі вживається 37 разів). Один з них це МАТИ (mother, mom), який означає жінку, що дає або дала життя, займається вихованням нащадків («*explaining that she had been told the same by her mother Pauline Pierce as a child*», «*where his late mother Princess Diana was buried, in part because she lost her mother*», «*My own mother never explained to me how many times a day you need to feed a baby*», «*McVeigh's mother*»). А також БАБУСЯ (grandmother, Grandma) – «*with my grandmother, sometimes snuggled in her big four-poster bed*», «*Wrote was not just a grandparent show, it was a grandmother show*», «*This is Grandmas Follies, a meme account and community created by grandmas*», «*No matter what happens, I know Grandma will wish me good morning and good night*». У досліджуваному матеріалі вживається «grandmother» - 24 рази.

Суміжним є концепт ДОЧКА (daughter, little girl). В проаналізованих текстах блогу «Gawker» спостерігається 18 згадувань про дочку, як про незрілу жінку, яка не є самостійною, недожінкою і яка підпорядковується матері, бабусі та іншим старшим членам сім'ї. Окрім того, часто слова дочка вживається тоді, коли треба підкреслити приналежність до відомі родини – королівської, акторів, політиків. Таким чином автори публікацій у такий спосіб підкреслюють соціальну роль і місце жінки в сімейній ієрархії: «*Martin Scorsese's youngest daughter, Francesca*», «*The former first daughter revealed today*», «*the famously fruit-named daughter of Gwyneth Paltrow and Chris Martin*», «*from the other daughters of famous women*», «*Tilda Swinton's daughter Honor Swinton Byrne*», «*Donald Trump's second-favorite daughter Tiffany Trump*», «*The daughter of the late Carrie Fisher*».

У текстах блогу «Gawker» виокремлюється інший суміжний концепт ЦІЛИТЕЛЬКА, тобто жінка, яка має відповідний набір рис характеру і вмінь,

які допомагають зцілювати душу, психіку. Це приписується як і жінкам, які є матерями, так і жінкам, які є дружинами: «*McVeigh's mother, who was a psychic and energy healer*», «*A loving woman heals with her love*», «*A woman with a good mood heals the soul, an evil woman becomes poison*», «*Divine feminine energy is the healer*», «*compassion is her compass*».

Суміжні концепти НАДІЯ і ЗАСПОКОЄННЯ: «*McVeigh was a steady heartbeat during that tumultuous heyday, writing song after song that professed faith in the possibility of love*», «*She was the only thing that calmed me at night*», «*When she stretches out that «believe» in «I never did believeeeveee in miracles, but I've a feeling it's time to try,» she gives me the courage to think that sometimes, things might actually be as good as they feel*». Тут простежується підтримка стереотипного уявлення про те, що завдання жінки підтримувати, давати надію, гармонізувати стосунки і простір.

Інший суміжний концепт СВОБОДА («*My story of becoming truly free, my story of breaking up with fear*», «*his free-spirited American bride Megan*», «*The freedom she had about herself, this extraordinary freedom*», «*Not too many women have said, 'Thanks for groundbreaking,*») стосується жінки, яка відстоює і цінує свою свободу.

Ближня периферія концепту ЖІНКА (WOMAN) в англomовному блозі «Gawker» формується за допомогою таких лексико-семантичних стилістичними засобів, як метафори («*consoling voice of an angel*», «*wild heart*», «*red mist*», «*face brightened*», «*eyes sparkled*»); епітети, завдяки яким автори відображають жінок з позитивного і негативного боку («*You're going to make me an honest woman*», «*tell us how beautiful she was, how sultry and starry and sublime*», «*was the funniest woman of the year*», «*unattached woman*», «*Beautiful woman like you*»).

Дальню периферію концепту ЖІНКА (WOMAN) відображено через засоби опосередкованої лексико-семантичної номінації. Вони у певних контекстах відтворюють дії персонажів публікацій блогу через дії, опис



зовнішніх і внутрішніх рис. Наприклад, для показу нерозумних дій і вчинків жінки автори застосовують слова «silly, stupid, mad»: «*She was silly*», «*she was being incredibly stupid*», «*because she's so mad right now*»; для підкреслення інтелекту автори використали лексеми «clever», «smart»: «*She's a smart, educated, employed*», «*She was a beautiful, talented, intelligent young woman*», «*she was so strong and so smart*». Рішучість відображена наступним чином: «*She was a woman who climbed mountains and was willing to conquer the world*»; відважність: «*Olivia Wilde puts on brave face*», «*If Nicks was brave enough to write about being alone*»; зайнятість: «*She had been too busy to think about it*».

Окрім того, щодо жінки (woman) вжито: beautiful 36; beauty 19; tenderness 17; smart 13; housewife 12; girlfriend 5; refinement, loyalty, weakness, fragile 8; neatness, cheerful, well-groomed, motherhood, youth, wisdom, diligence, independent, sister, strong, stylish, smile, sensitive 5; pregnancy, frankness, responsibility, fatigue, friendship, emotions, health, ideal, lover, birth of a child, impatient, grandchildren, educated, professional, lonely, firm, fat, attentive, courage, honesty, happy 4.

Навколоядерна зона концепту ЖІНКА в англomовному блозі «Gawker» пов'язана з родинними зв'язками, побутом, коханням. Близня периферія має співвіднесеність з дружбою, статтю, професією. Дальня периферія стосується віку, настрою і зовнішнього вигляду. Крайня периферія пов'язана з модою, ім'ям знаменитостей, матеріальним забезпеченням і т.д.

Жінка сучасної доби характерна глибоким емоційним змістом, що і відображено в англomовному блозі «Gawker». Багато уваги в публікаціях присвячено емоційній складовій, аналізу внутрішнього світу відомих жінок, їхньої поведінки і водночас вміння контролювати свої емоції навіть у важких ситуаціях. Водночас спостерігається наголос на тому, що для жінки важливий саморозвиток та кар'єра. Сучасна жінка перебуває у постійному русі, пізнає себе як особистість, удосконалює себе. Жінка у багатьох публікаціях зображена як незалежна особистість, яка прагне успіху.

### 3.1.1. Типові концептуальні моделі

Поняття концептів і категорій має різні фундаментальні бачення щодо природи мислення. Традиційний підхід розглядає мислення як абстрактне явище, а змістовні концепти є трансцендентними, які не мають прив'язки до чогось фізичного. Когнітивна лінгвістика розглядає «значення як таке, що є змістовним для розумних, живих організмів» [58].

В обох підходах категоризація є головним способом осмислення досвіду. Когнітивна лінгвістика розглядає категоризацію «як процес конструювання категорій через такі механізми: мислення є уявним в тому сенсі, що концепти, які не закорінені в досвід, використовують метафору, метонімію та мисленнєві образи» [58]. Всі ці механізми виходять за межі реальності, оскільки кожна людина послуговується своєю уявою.

Отже, розум є дзеркалом природи, а «мисленнєві символи є своєрідним віддзеркаленням категорій, які об'єктивно існують у зовнішньому світі» [58]. Водночас концепти відіграють роль засобів категоризації, оскільки «відштовхуючись від наявних концептів, мовець категоризує свій досвід» і водночас результати категоризації змінюють реальність.

Концепт слугує для забезпечення подібних операцій: зводячи розмаїття спостережуваних явищ до чогось єдиного, концепт підводить їх під єдину рубрику, формуючи певні, вироблені соціумом класи й категорії. Категорії побудовані навколо концептів і груп концептів, «що виражають ідею подібності одиниць, які об'єднуються» [2, 46]. Відповідно, процес концептуалізації, тобто осмислення дійсності через «виділення певних мінімальних одиниць людського досвіду» [2, 93], тісно пов'язаний з процесом категоризації, тобто «об'єднанням одиниць, що виявляють певну схожість або характеризуються як тотожні, у більш крупні розряди» [2, 93].

Концепт ЖІНКА і всі похідні від нього концепти в розрізі гендерно релевантної інформації формують дихотомні категорії фемінності/маскулінності. І це чітко простежується в публікаціях

англомовного блогу «Gawker», але і в них постерігається відхід від традиційного патріархального уявлення про ці категорії.

Гендерні категорії «маскулінність» (мужність, активність, сила) / «фемінінність» (жіночність, пасивність, м'якість) мають декілька значень. Зупинимося детальніше на категорії фемінності яким чином вона формується і відображається у досліджуваному матеріалі. Отже:

1. «Фемінність» є набором моделей поведінки і психічних рис, особливостей, які властиві жінкам на відміну від чоловіків [29]. У публікаціях блогу «Gawker» здебільшого спостерігається констатація фактів про суто жіночі функції як біологічної статі, наприклад, материнство і мало світоглядних описів, пов'язаних з відображенням емоційного стану жінки в статусі материнства. Але є те, що вказує на виконання суто жіночого призначення: «*mother has reproductive organs*», «*wishes more than anything to become a mother*», «*My own mother worried about me like a baby*», «*last night Violet was summoned to the white house with her mother*», «*she's a girl in a woman's body who wants to be loved by someone, anyone, and despite her horror at the prospect, wants more than anything to be a mother*».

Є прямі згадування, які вказують виключно на біологічну фізіологію жінки, зокрема стосується менструального циклу і репродуктивних органів жінки. Наприклад: «*a revolutionary company that sells underwear that absorbs menstrual blood*», «*our birth canals are not meant for poor quality underwear*», «*the princess and mother of three has reproductive organs*», «*shrouded in its own gloomy and fierce «red fog*». Проте згадування про менструальний цикл використовуються для того, щоб підкреслити надміру емоційний стан жінки в цей період, її невміння контролювати свої дії, бути надто агресивною чи апатичною. Окрім того, у публікаціях висловлюється подив певним станам емоційності жінки за умови відсутності в цей час у неї менструацій. Тобто таким чином відтворюється і укріплюється стереотипне уявлення про одну зі

складових фемінності як неконтрольованість дій і емоцій у певні біологічні періоди жінки.

Окрім того, в блозі «Gawker» увага приділена і іншому аспекту фемінності з погляду біологічного призначення жінки – вагітності: «*because she ended up divorcing him three years later when she was pregnant with their third child*», «*Pregnant Olivia Wilde looks fresh-faced after yet another workout in a casual red jumper and leggings*», «*Letting that pregnancy glow shine through, forced to abort another pregnancy*». Тут спостерігається інший аспект щодо цього, коли вагітна жінка веде звичний і активний спосіб життя, який вела і до вагітності. Отже, не присвячує себе виключно материнству, а залишається соціально активною, сексуально привабливою, сяючою, а також може відмовитися від вагітності на користь кар'єри.

2. «Фемінінність» як аскриптивна категорія є однією зі складових символічної культури соціуму, містить в собі соціальні очікування, уявлення і установки про те, якою повинна жінка. [29]. Соціальне очікування, що жінка повинна вміти балансувати між сім'єю і кар'єрою: «*The woman spoke about the heavy burden of balancing family and career, which voters expect from her*», жінка повинна віддавати свій час і зусилля сім'ї та догляду за дітьми: «*Marriage is never 50/50. As a rule, a woman gives 70% and 60% of her time to marriage*», жінка як копора соціуму: «*Jessica Fletcher, on the other hand, is rarely overlooked or flustered by anyone. She is a pillar of her community and respected*», жінка відповідальна за стосунки, орієнтована на підтримку спілкування: «*She has a rich and varied network of friends*», самотня жінка завжди нещасна: «*A single woman with a very meager income must be a funny, obnoxious old spinster*», але водночас автор публікації протиставляє цьому уявленню реальну жіночу історію, яка формує іншу позицію: «*single woman, happy, always worthy of respect and can be as smart and pleasant as anyone else*», коли жінка має соціальний статус, визнання і досягнення: «*the main pattern of vitality of a middle-aged woman the main pattern of vitality of a middle-aged woman*», соціальні

очікування щодо блондинок: «*Looking at Blonde, we are reminded of Jessica Rabbit in Who Framed Roger Rabbit, herself part of the Marilyn Monroe industrial complex*», жінка повинна мати освіту: «*The perfect place to settle down with a woman who graduated high school*».

3. «Фемінність» як прескриптивна категорія є своєрідним путівником з вказівками того, якою повинна бути ідеальна жінка. Фактично це є «нормативний еталон жіночності»: «*The impulse to control the boundary between «real» and «inauthentic» women has spawned various special divisions of researchers of the female body*», «*puzzles over a conspiracy board of clues that will eventually lead to the truth about femininity*», «*The entire female population must be under constant surveillance*», «*women are such a 'complete mystery' that even black hole expert Stephen Hawking couldn't figure them out*» [29].

Наслідком структурування таких категорій, як фемінність і маскуліність під час концептуалізації реальності формуються дві базові гендерні установки: «патріархатні» та «феміністські». Згідно з ними, все, що асоціюється з силою, активністю, жорстокістю називається маскуліним, а те, що асоціюється з м'якістю, ніжністю і нерішучістю, речинним. Відповідно побутують стереотипи про те, що жінки повинні бути пасивними, емоційними, орієнтуватися на людей, не прагнути лідерства.

Фемініність не є виключно жіночою характеристикою, як маскуліність – чоловічою. Свого часу Карл Густав Юнг сформулював архетип «Аніма/Анімус», в якому відображається дихотомія людської душі незалежно від статі – в кожному чоловікові є жіноче і чоловіче начало, як і в жінці [44].

Проаналізувавши публікації в блозі «Gawker», можемо сказати, що спостерігається поєднання рис маскуліності і фемінності в одній людині. Нема чіткого розподілу на суто жіночі професії, емоції, поведінку. Навпаки жінки часто постають лідерами, кар'єристками, стійкими, активними. Таким чином формується інша модель поведінки, завдяки якій чоловіки і жінки мають ширший вибір, є гнучкішими і краще пристосовуються в соціумі.

### 3.1.2. Сценарні репрезентації в аспекті фреймової семантики

Фреймом вважають готовий сценарій, який людина використовує у житті після того, як отримала досвід у новій для себе ситуації і адаптувалася до неї. Фрейм є структурою інформації для відображення стереотипної ситуації і містить ментальні складники верхнього та нижнього рівнів організації. Верхні рівні фрейму формуються поняттями і є чітко визначені. Нижній рівень складається з терміналів чи слотів, які є своєрідними комірками, що наповнюються певними даними під час отримання досвіду. Людині значно легше діяти в межах фрейму, ніж щоразу знову продумувати ситуацію.

Водночас слово є категоризацією певного досвіду, а в основі кожної категорії відображеної через слово лежить фоновий контекст – мотивуюча ситуація. По суті фрейми є певними блоками знань, які забезпечують розуміння слів [12, с. 228].

Фреймовий аналіз структурує дані, які відображають знання про ту чи іншу стереотипну ситуацію, котрі були отримані в результаті певного досвіду. Також досліджує структуру репрезентації стереотипної ситуації у свідомості людини і її роль в ідентифікації нової ситуації з використанням ситуативного шаблону. Фреймовий аналіз визначає тип когнітивної моделі, яка відображає знання та думки, котрі пов'язані з ситуаціями, що часто повторюються, структурою знання [2, с. 56].

Загалом розрізняють п'ять типів фреймових структур:

– предметний фрейм: одну й ту саму сутність (в випадку нашого дослідження жінка) характеризують «за кількісними, якісними, буттєвими, локативними та темпоральними параметрами» [12, с. 18];

– акціональний фрейм: декілька предметів або учасників події виконують певні ролі. Предмети або учасники подій мають міжпросторові зв'язки, «які визначені дією агенса й позначені словами «діє» або «робить» з відповідними прийменниками: діє за допомогою (інструмента або помічника); діє на

(пацієнта, об'єкт); діє до / у напрямку (реципієнта); діє через (мету чи причину); діє для (результату)» [12, с. 18];

– посесивний фрейм стосується предметних сутностей, «які співвідносяться між собою як ціле та його частина: власник має власність; ціле має частину» [12, с. 19];

– таксономічний фрейм «представляє відношення категоризації, які знаходять вияв у двох варіантах: дещо-вид є дещо-рід; дещо-вид є дещо-роль, де «рід» – постійний таксон предметної сутності (виду), «роль» – її постійний таксон» [12, с. 19];

– компаративний фрейм відображає подібності, які базуються на зближенні концептів у сприйнятті людини. «Фрейм формується міжпросторовими зв'язками тотожності: дещо референт є дещо-корелят, або схожості: дещо-референт нагадує дещо-корелят» [12, с. 20].

Така когнітивна одиниця як фрейм дає можливість структурно відобразити певну ділянку картини світу в може бути використана для моделювання концепту ЖІНКА. Фрейм є зручною формою репрезентації знань. оскільки містить базову і точну інформацію, всі знання у фреймі структуровані за певними напрямками і видами, що дає можливість впорядкувати хаотичні і розрізненні одиниці, які асоціюються з концептом ЖІНКА.

Концепт ЖІНКА представляє з себе багатовимірну фреймову структуру, яка складається з субфреймів, слотів і терміналів, які ієрархічно підпорядковуються цьому концепту. Концепт ЖІНКА в цій роботі розглядається як когнітивна можель фіксації і організації знань про певну стереотипну ситуацію, яка лежить в основі кожної паремії.

Аналіз паремій субфрейму «Природно-фізіологічні характеристики», до якого входять слоти стать, вік, зовнішність, складається з варіативних терміналів. Один з терміналів до слоту «стать» «пасивна роль жінки в сім'ї» в статтях блогу «Gawker» знайдено 11 згадувань: «*in their relationship, he was the master of her heart and she obediently followed him*», «*in the royal family, a woman*

*obeys clear laws*», «*she was ready to leave her career and become an exemplary housewife*». Можемо простежити залишки давньої традиції, коли жінка після заміжжя повністю потрапляла в підпорядкування чоловіка.

Водночас показано важливість і значимість жінки, що розкриває термінал «жінка / дружина важлива для чоловіка». У публікаціях блогу «Gawker» знайдено 13 згадувань: «*his first lady created all the conditions for revealing him as a politician*», «*without the wise advice of his wife, he would not have achieved such success*». В цьому терміналі переважає лексема «жінка/дружина», о вказує на те, що дінка для чоловіка цінна насамперед як дружина.

Слот «вік» в публікаціях зустрічається часто – 40 разів: «*an old queen*», «*a queen in her late period*», «*a young and hot bride of a prince*», «*a young daughter of famous actors*», «*Olivia in her childbearing years*», «*when Bernadette was a teenager*», «*a 50-year-old successful actress*».

Здебільшого вік жінок в публікаціях чітко не визначений. Серед досліджуваного матеріалу лише в 3 статтях було вказано чітко вік. Здебільшого вік представлений полярними віковими періодами «молодість№ і «старість».

Слот «зовнішність» відображений відображений в публікаціях терміналом «зовнішність/краса для жінки є важливими». Слово «beauty» в досліджуваних текстах налічується 51 раз, «*beautiful*» 48 разів: «*the fading beauty*», «*collapse of beauty*», «*a fresh-faced beauty*», «*of her sister as the really beautiful*», «*blonde' is beautiful*», «*She is beautiful, though, and so is the film*», «*a beautiful black woman*», «*beautiful woman like you*», «*she has beautiful feet*». До того ж нема певного стандарту краси. Навпаки в блозі «Gawker» представлено різні типи жіночої краси.

Водночас спостерігається, що краса зовнішня в ідеалі повинна гармоніювати з красою зовнішньою. Справді красивою жінкою є та, яка поєднує в собі зовнішню і внутрішню красу: «*Kate's manners, behavior style, character were consistent with her external flawlessness*», «*Marilyn Monroe's*



*standard of beauty was eccentric, hysterical and prone to alcoholism», «the singer's beauty was very average, but the content of her songs and the inspiration she gave to listeners made her an incredible woman».*

Щодо субфрейму «моральні характеристики», то він має слоти позитивні і негативні риси характеру жінки.

Слот «позитивні риси характеру жінки» представлений пареміями «доброта» 27 разів («*her kindness to acknowledge that what she share is real*»), «мудрість» 23 рази («*She comes on the scene as a widow, someone who has loved and lost*», «*rich in the wisdom and compassion*», «*proven herself a wise fool*», «*character-wise*»), «розум/інтелект» 15 разів («*she was recognized for her well-documented intelligence and savvy as an artist and businesswoman*», «*perceptions of female attractiveness and intelligence*»), «спокій» 8 разів («*she always knew how to keep calm in difficult situations*», «*her calmness was transmitted to everyone around her*»), а слот «негативні риси характеру жінки» представлений терміналами «злість» 25 разів («*she always got angry when something didn't go her way*», «*it was a demon in female flesh*», «*she went crazy with anger*»), «зздрість/ревнощі» 10 разів («*Women are all doomed to be jealous and resentful creatures*»), «неконтрольованість» 10 разів («*when she was angry she became uncontrollable*», «*her natural temper was difficult to control*»), «низький інтелект/дурість» 8 разів («*She needs to play stupid, callous, shallow, obscene woman*»).

Можна відзначити цікаву закономірність, що в характеристиках жінки спостерігається одвічне протияння добра і зла. Це видно за результатами паремій, оскільки доброта і злість зустрічаються найчастіше як позитивні і негативні характеристики. Відповідно добро і доброта як найвищі чесноти, а зло і злість як найважчі з гріхів.

Щодо субфрейму «соціально-рольові характеристики», то в блозі «Gawker», що відображено, що жінк аможе реалізуватися незалежно від сім'ї.

В межах цього субфрейму віділяються два слоти: сім'я/родина і робота/кар'єра.

Слот «сім'я/родина» представлений терміналами «добра дружина» («*Emmanuel and his hot wife who always supports him*»), «*she aspired to be a model wife*»), «важливість материнства для жінки» («*she carefully chose the name of her child*»), «*the queen-mother*»), «*motherhood suited her*»), «необхідність заміжжя» («*she was beaming with happiness next to her boyfriend*»), «*her world collapsed after their breakup*»). Водночас в пареміях американського блогу нема акценту на жінці-мамі. У досліджуваному матеріалі знайдено 10 паремій з лексимою «mother».

Слот «робота/кар'єра» представлений такими терміналами: «професійна діяльність» («*she tried to become the best female director where only men succeeded*»), «*she became the first female producer*»), «*all her activities were focused on the profession*»), «досягнення успіху» («*she achieved her goal - became a professional director*»), «*her success was that she made her life story an example for others*»), «винагорода» («*Olivia stood with her award for best director surrounded by friends*»), «*she was recognized as the best singer*»).

Вживання в текстах блогу лексем «lady» (лексема «lady» в публікаціях блогу зустрічається 51 раз) і «mistress» (лексема «mistress» в публікаціях блогу зустрічається 20 разів) підкреслюють високий соціальний статус жінки: «*Lady: That is weird!!*»), «*lady detective and lady crime novelist*»), «*Each mistress will choose what she likes*»), «*Consider what you do here, mistress*»

Для американської спільноти важливим є той фактор, що жінка на рівні з чоловіком прагне реалізації, професійного росту і досягнення успіху. В досліджуваному матеріалі лексема успіх в контексті жінки вживається 37 разів, професіоналізм 35 разів, згадок про отримання визнання і популярності 23 рази.

З дослідженого матеріалу можна сказати, що соціальні ролі жінок в американському блозі «Gawker» відображені таким чином, що не прив'язані

виключно до сімейних ролей, соціум визнає їхню значимість і підтримує самореалізацію.

### **3.2. Когнітивно-прагматичні характеристики мовних засобів вербалізації концепту ЖІНКА в англомовних блогах**

Дослідження структури концепту ЖІНКА та засобів його вербалізації у публікаціях англомовних блогу «Gawker» показало, що велику частину цих засобів становлять гендерно і стилістично марковані одиниці. Їхнє використання має певні цілі. Концепт як елемент дискурсу має функції, які властиві концептам, а також виконує роль як інструмент медійного тексту. Медійний дискурс має прагматичну функцію, а саме функцію впливу на аудиторію. Використання певного концепту у ЗМІ і блогах зокрема має на меті вплинути на аудиторію, сформувавши потрібну думку в населення, сформувавши негативне чи позитивне ставлення до когось або чогось.

Концепти виконують функцію інтерпретації інформації і отриманих даних, бо саме концепти формують інформаційну базу мислення, будують концептуальну основу свідомості. Це дає можливість когнітивно опановувати реальність.

Під час цього процесу сприйняття світу проходить через певні фільтри у свідомості мовців, тобто через концептуальні площини, які є конгломератами структурованої інформації, яка стосується досвіду про будову світу і місце людини в ньому. Результатом цього фільтрування є чітка система «взаємопов'язаних змістів свідомості носіїв мови концептуальна картина світу» [16, с. 93].

Концепт ЖІНКА є частиною концептуальної картини світу англомовного середовища, тому вже є продуктом для інтерпретації жінки як представниці однієї з великих соціальних груп.

До семантичної структури концепту ЖІНКА входить прагматична інформація, яка пов'язана з ілокутивною і експресивною функціями.

Прагматична специфіка концепту проявляється в його здатності робити «емоційний вплив на адресата висловлювання, тексту або дискурсу».

Важливу роль в цьому відводиться стилістичним засобам. Вони допомагають робити вплив на адресата чи спонукають його до заняття певної позиції щодо людини, явища, групи людей.

З лінгвопрагматичного погляду подібна вербальна поведінка медіа, а особливо авторів і редакції блогу, «стосується прагматичної функції створеного ними концепту».

Концепти створюють своєрідний концептуальний каркас свідомості, котрий допомагає когнітивно опанувати дійсність. Під час цього процесу свідомість учасників мовлення світ «фільтрується» через концептуальні площини, як мають причетність до певних ділянок досвіду щодо будови світу, його впорядкування і місце людини в цьому світі. Наслідком фільтрування є впорядкована система пов'язаних між собою змістів, яка створює концептуальну картину світу.

Концепт ЖІНКА є частиною концептуальної картини світу сучасного американського суспільства, а відтак і результатом трактування того чи іншого факту дійсності.

Семантична складова концепту ЖІНКА включає в себе «прагматичну інформацію мовного знака, пов'язана з його експресивною та ілюквативною функціями, що цілком узгоджується з інтенсивністю духовних та культурних цінностей, на які він посилається» [9, С.107]. Прагматичний особливість концепту пов'язана з його «здатністю робити емоційний вплив на адресата висловлювання, тексту або дискурсу» [9, С.107].

Прагматична функція – концепту ЖІНКА в англійському блозі «Gawker» реалізується через зміст концепту та його шари, котрі коротко і логічно втілені за допомогою лінгвальних засобів – «від синонімічних рядів номінацій концепту до стилістичних засобів, експресивних засобів, метафор та іронії, фразеолігнічних зворотів та алюзій» [9, С.108].

Велике значення в реалізації прагматичної функції відіграють стилістичні засоби. Зокрема вони допомагають впливати на адресата, спонукати його до прийняття певної позиції з приводу оцінки явища або людини. В блозі «Gawker» це реалізується через вживання порівнянь, епітетів, метафор.

Прагматична функція щодо концепту ЖІНКА виконується за допомогою фразеологічних одиниць, котрі допомагають лаконічно і дуже чітко відобразити думку автора, сформувані в читачів ставлення щодо описуваної події, явища, людини.

Також прагматичну функцію реалізують гра слів і перифраз.

### **3.3. Номінації концепту ЖІНКА в англомовних блогах з позицій теорії силової динаміки**

Лексична парадигма концепту ЖІНКА в англомовному блозі «Gawker» включає в себе чотири функціональні семантичні блоки, зокрема це стосується суб'єктивної номінації, зовнішніх характеристик, особистості і соціальних показників. Аналіз текстів в блозі «Gawker» дав можливість віднайти мовні одиниці, які вербалізують характеристики кожного з цих блоків. Сукупність їхніх характеристик допомогла відобразити зміст концепту ЖІНКА, що пропагується в блозі.

Суб'єктивна номінація складається з мовних одиниць, які позначають жінку і як називають жінок в публікаціях. Це переважно використання «woman», «lady», «femina» (80%), окрім того є інші номінації у вигляді скорочень «fam», а також звертання «Mis» у формі синоніма до слова жінка. Персонажів публікацій автори називають по іменах Kate, Taylor, Christine, Olivia, Jenner, Andrea, Amanda. При цьому нема пестливих скорочень імен. Зазвичай імена використовують для ідентифікації персони, а жіночі імена ще й ідентифікують індивіда як особу жіночої статі. Водночас всі ці імена інтегруються з різними ролями, які виконують ці жінки в соціумі: мати, донька, коханка, тітка, подруга. Наприклад Кейт (Мідлтон) у різних

публікаціях постає як мати своїх дітей, як кохана жінка принца, як його дівчина до їхнього одруження. Олівія Вайлд в публікаціях блогу є мамою, вагітною жінкою, коханою жінкою, донькою. Використання повних імен в публікаціях блогу «Gawker» відображає повагу до жіночих персонажів, а відповідно і до жінок, вказує на їхню зрілість, незалежність.

В плані професійного контексту мовні засоби суб'єктивної номінації утверджують соціальний статус жінок, а до них автори публікацій додають характеристики, зокрема «*Christine Perfect*», «*professional Olivia*», «*Kate elegance*», чим ще більше підкреслюють професійність або статусність.

Такі суб'єктивні номінації, як «*baby*», «*fancy lady*», «*little drummer girl*», мають оказіональні характеристики і додають трохи іншого змісту концепту ЖІНКА. Цими словами персонажів публікацій називають автори, щоб сформувані «прихильність» читачів, але ніяк не применшують значущості цих жінок.

У текстах часто зустрічаються слова «*character*», «*individual*», «*strong person*», «*personality*». Окрім того, є суто індивідуальні речі: «*Kate, stoic as ever*». Вони підкреслюють унікальність жіночих персонажів в блозі, вказують на сильний характер, індивідуальність, волю до перемоги.

Можемо сказати, що суб'єктивні номінації жіночих персонажів блогу «Gawker» відображаються такими, до яких соціум, читачі і автори ставляться з повагою, визнають їх неординарність.

Щодо фізичних характеристик, то їх функціонально-семантичне поле наповнене тими мовними одиницями, які зображають зовнішність персонажів публікацій: «*a fresh-faced beauty*», «*Olivia Wilde shows off her toned legs*», «*an «unique» look like Martin's*», «*she goes makeup-free*». Семантика фраз *unique*, *fresh-faced beauty* вказує на яскравість жінок навіть за відсутності макіяжу, можливого одягу. Водночас відображає сучасні тенденції щодо здорового способу життя, бажання мати струнке і підтягнуте тіло, виглядати красиво, але

природно. Вони своїм навіть простим виглядом привертають увагу, відверто демонструють красиву фігуру.

Можна сказати, що саме знамениті жінки, які є персонажами публікацій блогу, своїм зовнішнім виглядом формують нову реальність щодо того, якою має бути жінка – успішна, фізично здорова і спортивна, виглядати природно. Це вже є відхід від певного стереотипу, що жінка повинна мати м'які форми тіла, користуватися косметикою, щоб подобатися чоловікам. На разі зовнішній вигляд жінок у блозі «Gawker» відображає їхню силу, внутрішній потенціал, впевненість в собі незалежно від обставин в їхньому житті і соціальних очікувань.

Щодо характеристик жінок, то функціонально семантичне поле відображене за допомогою опису внутрішніх характеристик: ambition (30%), woman's power (15%), devotion (10%), passion (10%), confidence (10) impulsiveness (7%), але водночас є morally indefensible (2%), evil (2%), screeching (1%), plotting (1%).

Незважаючи на принизливі вигуки і вчинки Кейт Мідлтон продовжує робити те, що запланувала: «She kept it moving after the holler, as her «life's work», а Олівія Вайлд у період вагітності, закоханості і розлучення з коханим не зраджує своїм принципам і життєвим вподобанням: спорт, гарний вигляд і максимальна гармонія природності і краси. Водночас є персонажі імпульсивні, нервові, які часом не можуть контролювати своїх емоцій. І якщо на важливому суспільному заході Кейт Мідлтон тримає себе в руках і не реагує на зневагу, оскільки це є не тільки життєвим переконанням жінки, а ще й етикетом представниці королівської родини, то вона може божевільно кермувати автомобілем, ніби у неї сильно виражений ПМС.

Соціальні характеристики концепту ЖІНКА відображені через функціонально-семантичне поле у можливих засобах, які позиціонують жінку з погляду подібності її до інших членів тих чи інших соціальних груп і категорій (раса, національність, гендерна ідентичність, сексуальна орієнтація, соціально-економічний статус, релігія) [30, с. 68]. Отже, соціальні характеристики

«визначають уявлення людини про те, ким вона є, на основі її членства в групі, дають відчуття приналежності до соціального світу [30, с. 68]. Аналіз текстів англomовного блогу «Gawker» зображає жінок різної сексуальної орієнтації – від гетеросексуальних представниць до лесбійок і трансгендерів (приклади).

Також в публікаціях відображено важливість досвіду роботи, рівня успіху. Оскільки персонажами текстів є відомі жінки, то для них важливий успіх, конкуренція на рівні з чоловіками і навіть перевершувати їх,

У публікаціях англomовного блогу «Gawker» автори репрезентують той образ жінки, який є характерним для сучасного американського соціуму, на який орієнтується багатомільйонна читацька аудиторія.

Лексико-семантична парадигма має наступні базові характеристики: зовнішньо яскрава, доглянута, спортивна, цілеспрямована, успішна, стійка, а також наголос робиться на унікальності.



### **Висновки до розділу 3**

Концепт ЖІНКА і всі похідні від нього концепти в розрізі гендерно релевантної інформації формують дихотомні категорії фемінності/маскулінності, що простежується в публікаціях англомовного блогу «Gawker».

Концепт ЖІНКА представляє з себе багатовимірну фреймову структуру, яка складається з субфреймів, слотів і треміналів, які ієрархічно підпорядковуються цьому концепту.

Лексична парадигма концепту ЖІНКА в англомовному блозі «Gawker» включає в себе чотири функціональні семантичні блоки, зокрема це стосується суб'єктивної номінації, зовнішніх характеристик, особистості і соціальних показників. Аналіз текстів в блозі «Gawker» дав можливість віднайти мовні одиниці, які вербалізують характеристики кожного з цих блоків.

Лексико-семантична парадигма має наступні базові характеристики: зовнішньо яскрава, доглянута, спортивна, цілеспрямована, успішна, стійка, а також наголос робиться на унікальності.

З дослідженого матеріалу можна сказати, що соціальні ролі жінок в американському блозі «Gawker» відображені таким чином, що не прив'язані виключно до сімейних ролей, соціум визнає їхню значимість і підтримує самореалізацію.

## ВИСНОВКИ

Для досягнення поставленої мети у дослідженні виконано низку завдань. Насамперед визначено базові поняття гендеру в міждисциплінарному вимірі. Гендер є соціальною статтю, своєрідним екзистенційним конструктом, в якому синтезувалися культурні, біологічні, релігійні рівні в свідомості і світосприйнятті людини.

Соціологія розглядає гендер з погляду суспільно-сконструйованого ставлення згідно з категоризацією людей за ознаками статі. Кожна людина визначає сама свою гендерну поведінку на підставі усвідомлених і неусвідомлених уявлень, установок, життєвого досвіду і стереотипів. Гендерна соціалізація є процесом освоєння людиною суспільної ролі, яку підготував їй соціум з перших днів її народження залежно від статі.

Гендерні уявлення утворюють ментальні структури - ідеалізовані когнітивні моделі. Гендерні особливості під час комунікації відіграють важливу роль і є одним з головних критеріїв мовленнєвої поведінки індивідів.

Щодо розгляду концептуальної картини світу і функціонування мови в ній існує підхід як до відкритих систем, які діють за своїми законами. Згідно з законами відкритих систем, гендер – це варіативне явище, яке залежить від тієї чи іншої культури, соціальних норм. Специфіка відкритої системи полягає в постійній її зміні і адаптації, оскільки вхідна енергія постійно живить її. Полярність у гендері відбувається через протиставлення жіночого і чоловічого. Це призводить до «формування світоглядних концептів». Концепти, які стосуються жінок, виводяться з чоловічих концептів за принципом протилежності. Це в свою чергу підтверджує, що існує чоловічий і жіночий простори.

Гендерні дослідження в своїй основі мають універсальний характер, адже вони формують цілісну систему «гендерних знань» у різних суспільних науках, визначають предмет, зміст і структуру такої галузі наукового знання, як гендер, створюють релевантну систему принципів і методів здійснення

наукових досліджень з врахуванням соціального, історичного і культурного контексту.

До структури концепту входять макроструктура (когнітивні ознаки образного і інформаційного елементів або ж так зване інтерпретаційне поле), складові, які відображають категоріальну основу концепту (це певний порядок когнітивних ознак з класифікацією); польова база концепту (ядро, а також близька і дальня периферія). До ядра зараховують шари з чуттєво наочною дійсністю, з яскравими образами, які є здебільшого первинними. Семантичні шари, які мають більш абстрактну форму, належать до периферії концепту.

Статеві стереотипна поведінка з боку жінок і чоловіків залежить від специфіки ситуації і поведінки, яку соціум вважає «правильною» в тій чи іншій ситуації. Отже, соціальні ролі є регламентованими. Гендерні взаємовідносини відображають у той чи інший спосіб системні характеристики організації соціуму, структурують стосунки між суб'єктами, які спілкуються між собою. Концептуальна система має великий вплив і відіграє головну роль у формуванні реалій щоденного життя. Концептуальні моделі в лінгвокогнітивістиці є основою мовних знаків (номінацій концептів).

У публікаціях блогу «Gawker» здебільшого використовуються стратегії домінування, аргументативна стратегія, валоративна стратегія. Для кожної з них властиві свої тактики.

Гендерно-маркована лексика уніфікує слова та вислови, які використовуються для опису чи відображення статі людини. Гендерна особливість будь-якого дискурсу пов'язана з граматичними категоріями роду. Гендерний аспект в англійських публіцистичних текстах також має маркування словами, які позначають стать. Гендерно-маркованими словами є також іменники з часточкою «man». До гендерно-маркованих одиниць належать і речення, в яких відображається відтворення стереотипних ролей жінок і чоловіків у соціумі. Також гендерними маркерами є описи зовнішності жінки, наявність семантичного приниження, евфемізми, метафорами, мовні і

мовленнєві одиниці, які детермінують стать, відповідно до якої використано те чи інше слово.

Під час аналізу текстів в американському блозі «Gawker» виокремлено такі гендерно-марковані одиниці: автори публікацій вживають суфікси, префікси для відтворення жіночих відповідників слів, які означають чоловічі професії; під час описів зовнішності і характерів жінок автори використовують пестливі та применшувальні суфікси; під час аналізу статей англомовного блогу «Gawker» виявлено використання емоційних прикметників як гендерних маркерів; наголошення на чуттєвості жінок номінації почуттів у блозі «Gawker» є маркерами для позначення жіночої статі; зосередження уваги на материнських функціях жінки.

У публікаціях блогу «Gawker» здебільшого використовуються стратегії домінування, аргументативна стратегія, валоративна стратегія. Для кожної з них властиві свої тактики.

Щодо мовленнєвих жанрів, які є засобом формування мовлення в тій чи іншій ситуації, то в досліджуваному матеріалі виявлено використання таких жанрів, як вітання, комплімент, інформація, схвалення, підтвердження, образа, глузування, підтвердження, інвектива.

Англомовний блог «Gawker», який реалізується в Інтернет-просторі і медіа-дискурсі через текст з використанням інших складових медіа є гендерно-маркованим. В ньому використовуються майже усі канони риторичного інструментарію Диспозиція текстів в «Gawker» як в гендерно-маркованому дискурсі має чітке структурування мовлення. Чітка організація в «Gawker» робить потік інформації логічним, послідовним і зрозумілим.

Канон елокуції в «Gawker» реалізується через особливу виразність і стилістичне подання мовлення. Оскільки блог «Gawker» представлений у цифровому текстовому форматі, канон перформації - через вкраплення у текст відео з вечірок, Youtube-каналів. Заголовки «Gawker» більше спонукають читачів реагувати емоційно, давати оцінки героїням. Риторика «Gawker»

характерна використанням когнітивних метафор з метою відображення мислення, пізнання і концептуалізації дійсності. Концептуальна метонімія

У блозі «Gawker» вербалізація концепту ЖІНКА відбувається здебільшого за допомогою таких стилістичних прийомів, як метафора, антитеза, порівняння, алегорія, гіпербола, іронія, сарказм. Окрім того, автори часто використовують риторичні запитання, щоб спонукати читачів до глибшої комунікації.

Аналіз блогу «Gawker» дав можливість виявити різні тактики та стратегії, застосовані в текстах з метою досягнення стратегічних цілей комунікації. Серед них можна виділити стратегію домінування, яка включає в себе такі тактики, як нормалізація, мінімізація, персоналізація, емоційність, порівняння, протиставлення, маніпуляція стереотипами, мікроагресія та претензія на об'єктивність. Також блозі «Gawker» використовувалась аргументативна стратегія, що базувалась на раціонально-емоційному впливі на адресата шляхом зміни асоціативних зв'язків. Ця стратегія досягалась за допомогою тактик маніпуляції, деталізації та інших. Ще однією стратегією є валоративна стратегія, яка полягає у презентації та вихвалянні адресанта. Для її реалізації застосовано тактики позиціонування, дистанціювання, міфологізації та архаїзації.

Дослідження когнітивно-риторичних властивостей гендерно-маркованого блог-дискурсу в «Gawker» показав, що текстова диспозиція має чітку структуру та використовує промовисті, провокуючі заголовки, які спонувають читачів до емоційної реакції та активної участі у суспільному обговоренні. Риторичні прийоми, такі як когнітивні метафори та метонімії, використовуються для підсилення ефекту та емоційного зв'язку з аудиторією.

У блозі «Gawker» зустрічається різноманітність стилістичних прийомів, які використовуються для вербалізації концепту ЖІНКА. Ці прийоми включають метафору, антитезу, порівняння, алегорію, гіперболу, іронію та сарказм. Автори блогу часто використовують риторичні запитання, які

спонукають читачів до активної комунікації та відповідей на поставлені питання.

Структура концепту ЖІНКА (WOMAN) в англоамериканському блозі формується з ядра, а також ближньої і дальньої периферій. Ядром концепту ЖІНКА (WOMAN) є «жінка» («female», «woman»), «леді» («lady»), «дружина» («wife»). Концепт ЖІНКА (WOMAN) англомовного блогу «Gawker» має декілька суміжних концептів: МАТИ, ДОЧКА, ЦІЛИТЕЛЬКА, НАДІЯ, ЗАСПОКОЄННЯ, СВОБОДА.

Ближня периферія концепту ЖІНКА (WOMAN) в досліджених текстах формується за допомогою таких лексико-семантичних стилістичними засобів, як метафори, епітети. Дальню периферію концепту ЖІНКА (WOMAN) відображено через засоби опосередкованої лексико-семантичної номінації. Навколоядерна зона концепту ЖІНКА в англомовному блозі «Gawker» пов'язана з родинними зв'язками, побутом, коханням. Ближня периферія має співвіднесеність з дружбою, статтю, професією. Дальня периферія стосується віку, настрою і зовнішнього вигляду. Крайня периферія пов'язана з модою, ім'ям знаменитостей, матеріальним забезпеченням і т.д.

Концепт ЖІНКА і всі похідні від нього концепти в розрізі гендерно релевантної інформації формують дихотомні категорії фемінності/маскулінності, що простежується в публікаціях англомовного блогу «Gawker». Водночас в них постерігається відхід від традиційного патріархального уявлення про ці категорії.

Концепт ЖІНКА представляє з себе багатовимірну фреймову структуру, яка складається з субфреймів, слотів і треміналів, які ієрархічно підпорядковуються цьому концепту. Аналіз паремій субфрейму «Природно-фізіологічні характеристики» показав, що до нього входять слоти стать, вік, зовнішність. Щодо субфрейму «моральні характеристики», то він містить слоти позитивні і негативні риси характеру жінки. Субфрейм «соціально-рольові характеристики» блозі «Gawker» відображає, що жінка може

реалізуватися незалежно від сім'ї. Він містить два слоти: сім'я/родина і робота/кар'єра.

Медійний дискурс має прагматичну функцію, а саме функцію впливу на аудиторію. Використання певного концепту у ЗМІ і блогах зокрема має на меті вплинути на аудиторію, сформувавши потрібну думку в населення, сформувавши негативне чи позитивне ставлення до когось або чогось. Концепти виконують функцію інтерпретації інформації і отриманих даних, бо саме концепти формують інформаційну базу мислення, будують концептуальну основу свідомості. Це дає можливість когнітивно опанувати реальність.

Лексична парадигма концепту ЖІНКА в англomовному блозі «Gawker» включає в себе чотири функціональні семантичні блоки, зокрема це стосується суб'єктивної номінації, зовнішніх характеристик, особистості і соціальних показників. Аналіз текстів в блозі «Gawker» дав можливість віднайти мовні одиниці, які вербалізують характеристики кожного з цих блоків.

Суб'єктивні номінації жіночих персонажів блогу «Gawker» відображаються такими, до яких соціум, читачі і автори ставляться з повагою, визнають їх неординарність. Зовнішній вигляд жінок у блозі «Gawker» відображає їхню силу, внутрішній потенціал, впевненість в собі незалежно від обставин в їхньому житті і соціальних очікувань. В публікаціях відображено важливість досвіду роботи, рівня успіху.

Лексико-семантична парадигма має наступні базові характеристики: зовнішньо яскрава, доглянута, спортивна, цілеспрямована, успішна, стійка, а також наголос робиться на унікальності.

З дослідженого матеріалу можна сказати, що соціальні ролі жінок в американському блозі «Gawker» відображені таким чином, що не прив'язані виключно до сімейних ролей, соціум визнає їхню значимість і підтримує самореалізацію.

## СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Бацевич Ф. С. Словник термінів міжкультурної комунікації. Київ: Довіра, 2007. 205 с.
2. Бацевич Ф. С. Лінгвокультурні аспекти комунікативної толерантності. Соціогуманітарні проблеми людини. 2010. № 5. С. 108–119.
3. Бацевич Ф. С. Термінологія комунікативної лінгвістики: аспекти дискурсивного підходу / Ф.С. Бацевич // Вісник Нац. ун-ту «Львів. політ.». – 2002. – № 453, – С. 30–34.
4. Вежбицка А. Речевые жанры / Анна Вежбицка // Жанры речи: сб. науч. ст. – Саратов: Изд-во ГосУНЦ «Колледж», 1997. – С. 99-111.
5. Вежбицкая Анна. Язык Культура Познание
6. Висоцька О. Науковий дискурс у сучасних лінгвістичних дослідженнях. «Молодий вчений». 2018. № 8 (60). С. 65-70
7. Вінницька О. В. Фонема структурного англомовного газетного інформаційного повідомлення як фактор формування його прагматики. Новітня філологія. 2005. № 2 (22). С. 132–136.
8. Гончарова М. Роль мови у формуванні різновидів ідентичностей. Мова і суспільство. 2015. Вип. 6. С. 60–69.
9. Гоца Н., Пасічник Н., Косенко А., Беженар І. Лексичне вираження оцінно-емотивного аспекту жіночих суспільно-політичних промов. Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету. Сер.: Філологія. 2020. No 46. Том 1. С. 106–109.
10. Єрмоленко А. М. Комунікативна практична філософія : підручник. К.: Лібра, 1999. 488 с.
11. Жаботинская С. А. Когнитивная лингвистика: принципы концептуального моделирования / С. А. Жаботинская // Лінгвістичні студії. – Черкаси, 1997. – С. 3 – 11.



12. Жаботинская С. А. Концептуальный анализ: типы фреймов / С.А. Жаботинская // Вісник Черкаського ун-ту. Серія “Філологічні науки”. – Черкаси, 1999. – Вип. 11. – С. 12 – 25.
13. Жаботинська С. А. Посесивна конструкція і концептуальні трансформи / С. А. Жаботинська // Мова. Людина. Світ: до 70-річчя проф. М. П. Кочергана: зб. наук. ст. – К.: КНЛУ, 2006. – С. 178–192.
14. Йоргенсен М. В. Дискурс-аналіз. Теорія і метод; пер. з англ. 2-е вид., випр. Харків, Гуманітарний центр, 2008. 352 с.
15. Кадлубович Т. Співвідношення понять політичного дискурсу та політичної комунікації. URL: <http://visnyk.academy.gov.ua/wp-content/uploads/2013/11/2010-1-27.pdf> (дата звернення: 15.01.2022)
16. Кодацька Н. О. Гендерна диференціація в соціально-трудовах відносинах. Грані. 2013. № 2. С. 112–115.
17. Колесник О. С. Інверсивні процеси у поступі відкритих систем: мова, міф, культура. *Studia Philologica*, (2)., 2015 С. 9–16 URL: <https://studiap.kubg.edu.ua/index.php/journal/article/view/125>
18. Колесник О. С. Міфологічний простір крізь призму мови та культури: монографія Чернігів : РВВ ЧНПУ імені Т. Г. Шевченка, 2011. 312 с.
19. Колесник О.С., Скрипкару Д.В. Семантичний вимір дискурсивного простору (на матеріалі англомовного телесеріалу «Як уникнути покарання за вбивство»). -*StudiaPhilologica*. - № 2 (2021): Випуск 17
20. Колесник О.С. Семантична матриця дискурсивного простору (на матеріалі англомовних коментарів трансляцій матчів NBA Актуальні проблеми романо-германської філології та прикладної лінгвістики: науковий журнал. – 2018.- 1(15), 161-168 с.
21. Кочерган М. П. Загальне мовознавство: підруч. / Кочерган М. П. – 2-ге вид., випр. і доповн. – К. : Академія, 2006. – 464 с. – (Альма-матер).

22. Крайник Ольга. Фреймова модель мовленнєвих актів заперечення  
РОЗДІЛ I. Когнітивна лінгвістика. 4, 2015, с. 55-60  
<https://evnuir.vnu.edu.ua/bitstream/123456789/7810/1/12.pdf>

23. Крижанівська Г. Т. Механізм пропагування гендерної ідеології у сучасних англомовних жіночих журналах (на матеріалах журналу *Cosmopolitan*). Наукові записки Національного університету «Острозька академія». Серія «Філологічна». Острог, 2015. Вип. 53. С. 137–140.

24. Лакофф Дж. Мышление в зеркале классификаторов: пер. с англ. / Дж. Лакофф // Новое в зарубежной лингвистике. – Вып. 23. – М. : Прогресс, 1988. – С. 12 – 51.

25. Лакофф Дж., Джонсон М. *Metaphors We Live By*. Москва : Едиториал УРСС, 2004. 256 с.

26. Мартинюк А. П. Когнітивно-дискурсивний напрям дослідження концептів у сучасній лінгвістиці. Проблеми романо-германської філології. Ужгород, 2006. С. 92–107.

27. Мартинюк А. П. Регулятивна функція гендерно маркованих одиниць мови (на матеріалі сучасного англомовного публіцистичного дискурсу) : дис. ... д-ра філол. наук: 10.02.04 / А. П. Мартинюк ; Київ. нац. ун-т ім. Т. Шевченка. – К., 2006. – 610 с.

28. Маслова Ю. П. Мовна репрезентація гендеру. Наукові записки. Серія філологічна. Острог, 2009. Вип. 12. С. 224–233.

29. Мельник Ю. П. Об'єктивація гендерних стереотипів у сучасній лінгвістичній науці / Ю. П. Мельник // Вісн. Житомир. держ. ун-ту ім. Івана Франка. – Житомир: Вид-во Житомир. держ. ун-ту ім. Івана Франка, 2009. – Вип. 45. – С. 110–114.

30. Минский М. Структура для представления знаний / М. Минский // Психология машинного зрения. – М. : Мир, 1978. – С. 249 – 338.

31. Основи теорії гендеру: Навчальний посібник. – К.: «К.І.С.», 2004. – 536 с.

32. Пономарьова Л. В. Знеособлена комунікація як ознака сьогодення. Матеріали XVI міжнародних карських читань (3-4 травня 2018 р., м. Гродно). Гродно, 2018. 311 с.
33. Потапенко С. І. Сучасний англомовний медіа-дискурс: лінгвокогнітивний і мотиваційний аспекти: монографія / С. І. Потапенко. – Ніжин: Вид-во НДУ імені Миколи Гоголя., 2009. – 391 с.
34. Потапенко С. И. Когнитивная медиа-риторика : бытование конфликта-кризиса в англоязычных интернет-новостях. Киев : Издательский центр КНЛУ, 2021. 299 с.
35. Почепцов Г. Г. Комунікативні технології двадцятого століття [Текст]: навч. посібник / Г.Г. Почепцов. - М. : Рефл-бук, Ваклер, 2007. - 360 с.
36. Почепцов Г. Г. Сучасні інформаційні війни. Київ. ВД «КиєвоМогилянська академія», 2016. 504 с.
37. Словник гендерних термінів / Укл. З. В. Шевченко. Черкаси : видавець Чабаненко Ю., 2016. 336 с. URL: <http://a-z-gender.net/ua/wp-content/uploads/2018/05/Slovnnyk-gendernyh-terminiv.pdf>
38. Собецька Н. В. Мовні стереотипи гендерної ідентичності (на матеріалі української мови). Одеський лінгвістичний вісник. 2017. Вип. 9. Т. 2. С. 136–140.
39. Соціалізація // Енциклопедія освіти / Академія пед. наук України; головний редактор. В. Г. Кремінь. — К. : Юрінком Інтер, 2008. — С. 834—835. ISBN 978-966-667-281-3
40. Соціальний статус // Універсальний словник-енциклопедія. — 4-те вид. — К. : Тека, 2006.
41. Соціальна сутність дискурсивних практик // Світ соціальних комунікацій: наук. журнал. – К.: КиМУ, ДонНУ, 2011. – Т. 1. – С. 65–67.
42. Соціологія: Навчальний посібник/ За ред. С. О. Макеєва. — 2-ге вид., випр. і доп. — К., 2003.

43. Універсальний словник-енциклопедія // Українські електронні та паперові енциклопедичні видання: основні здобутки й перспективи: науковий збірник / Редкол.: Т. І. Березюк, М. Г. Железняк (відп. ред.), Л. В. Журило, О. С. Іщенко, Р. Г. Кацалап та ін. НАН України; Інститут енциклопедичних досліджень. – К.: Академперіодика, 2015. – С. 41. – ISBN 978-966-02-7822-6.

44. Фемінність та маскуліність // Незалежний культурологічний часопис “Ї”. – 2003. – Ч. 23. – 151 с.

45. Худолій А. О. Динаміка функціональних змін у мові американської публіцистики кінця ХХ – початку ХХ століття: Автореф. дис...канд. філол. наук. – К., 2003. – 19с.

46. Baxter, J. Positioning language and identity: Poststructuralist perspectives. *The Routledge handbook of language and identity*. Routledge, 2016. P. 60–75.

47. Barsalou L. W. Situated Conceptualization / L. W. Barsalou // *Handbook of Categorization in Cognitive Science*: [Ed. by H. Cohen and C. Lefebvre]. – Amsterdam: Elsevier, 2005. – Pp. 620–650.

48. Beckner C., Blythe, R., Bybee, J., Christiansen, M. H., Croft, W., Ellis, N. C., Holland, J., Ke, J., Larsen-Freeman, D., Schoenemann, T. “Five Graces Group”, 235 Language is a complex adaptive system: Position paper. *Language learning*, 59, 2009. P. 1–26.

49. Bucholtz, M., & Hall, K. Identity and interaction: a sociocultural linguistic approach. *Discourse Studies*. 7 (4–5). 2005. P. 585–614.

50. Bybee J. A functionalist approach to grammar and its evolution. *Evolution of Communication*, 2, 1998. P. 249–278.

51. Cameron, D. Gender Issues in Language Change. *Annual review of applied linguistics*. 23. 2003. P. 187–201.

52. Denton, Nick (August 22, 2016). "How Things Work". Gawker. Archived from the original on April 2, 2017. Retrieved April 3, 2017. <https://web.archive.org/web/20170402192138/http://gawker.com/how-things-work-1785604699>

53. Eichinger Ludwig M. *Deutsche Wortbildung: Eine Einführung.* – Tübingen: Gunter Narr Verlag, 2000. – 269 S.

54. Goldstone R. L. *Concepts and Categorization* / R. L. Goldstone, A. Kersten // *Handbook of Psychology.* – Vol. 4. *Experimental Psychology.* – Hoboken, NJ: John Wiley & Sons, Inc., 2003. – Pp. 599–621.

55. Holmes, J. *Women, language and identity.* *Journal of sociolinguistics.* 1(2). 1997. P. 195–223.

56. Huth A. G., et al. *Natural speech reveals the semantic maps that tile human cerebral cortex.* *Nature* 532.7600, 2016. P. 453–458.

57. Kövecses Z. *The metaphorical conceptual system in context.* / Boag - Munroe, G. *Wrestling with words and meanings: Finding a tool for analysing language in activity theory.* *Educational Review,* 56(2), 2014. P. 165–182.

58. Lakoff G. *Women, Fire, and Dangerous Things. What Categories Reveal about the Mind* / G. Lakoff. – Chicago and London: University of Chicago Press, 1987. – 614 p.

59. Langacker R. W. *Conceptualization, Symbolization, and Grammar* / R. W. Langacker // *The New Psychology of Language: Cognitive and Functional Approaches to Language Structure:* [Ed. By M. Tomasello]. – Mahwah, NJ and London: Lawrence Erlbaum, 1998. – Pp. 1–39.

60. Lotman Yu. M., Uspensky B. A., Mihaychuk G. *On the semiotic mechanism of culture.* *New literary history,* 1978 P. 211–232.

61. Turner, J. C. *The experimental social psychology of intergroup behaviour.* *Intergroup Behaviour.* Oxford, 1981. P. 66–101.

62. Smith E. E. *The Cognitive Neuroscience of Categorization* / E. E. Smith, J. Jonides // *The New Cognitive Neurosciences:* [Ed. by M. S. Gazzaniga]. – [2nd ed.]. – Massachusetts: MIT, 2000. – Pp. 1013–1022.

63. Gawker.com. Archived June 30, 2015, at the Wayback Machine SimilarWeb. Retrieved June 28, 2015. <https://www.similarweb.com/website/gawker.com/#overview>

64. ALLIE JONES. BRAD PITT'S 30ISH-YEAR AGE GAP WITH HIS FAKE GIRLFRIEND IS TOTALLY CHILL MAN.

<https://www.gawker.com/celebrity/brad-pitts-ines-de-ramon-30-year-age-gap>

65. ALLIE JONES. EVERYTHING YOU NEED TO KNOW ABOUT KYLIE JENNER'S REPLACEMENT BABY NAME FOR HER 11-MONTH-OLD SON.

<https://www.gawker.com/celebrity/kylie-jenner-son-name-aire-webster-wolf>

66. CLAIRE CARUSILLO. JINGER DUGGAR VUOLO RAILS AGAINST THE CULT THAT RAISED HER.

<https://www.gawker.com/celebrity/jinger-duggar-bill-gothard-institute-basic-life-principles-cult>

67. OI, FANCY A QUICKIE, MISS? KATE MIDDLETON GOT WOLF-WHISTLED IN LEEDS. URL:

<https://www.gawker.com/celebrity/kate-middleton-wolf-whistle-leeds-shaping-up>

68. OLIVIA CRAIGHEAD. APPLE MARTIN'S SECRET TO "IT GIRL" STATUS REVEALED

<https://www.gawker.com/celebrity/apple-martin-chanel-girl-eyes-gwyneth-paltrow>

69. KELLY CONABOY. OLIVIA WILDE IS AT THE GYM.

<https://www.gawker.com/celebrity/olivia-wilde-is-at-the-gym>

70. KELLY CONABOY. KYLE RICHARDS INCORRECTLY THINKS CHRISSY TEIGEN SHOULD JOIN 'RHOBH'.

<https://www.gawker.com/celebrity/kyle-richards-chrissy-teigen-should-real-housewives-beverly-hills>

71. OLIVIA CRAIGHEAD. MYSTERY SOLVED: AMANDA SEYFRIED IS DOING A 'THELMA & LOUISE' MUSICAL.

<https://www.gawker.com/celebrity/amanda-seyfried-thelma-and-louise-musical-evan-rachel-wood>

72. Wolf Whistle. Cambridge Dictionary

<https://dictionary.cambridge.org/ru/%D1%81%D0%BB%D0%BE%D0%B2%D0%B0%D1%80%D1%8C/%D0%B0%D0%BD%D0%B3%D0%BB%D0%B8%D0%B9%D1%81%D0%BA%D0%B8%D0%B9/wolf-whistle>

73. NATALIE ADLER. THE SUBLIME CHRISTINE MCVIE

<https://www.gawker.com/culture/the-sublime-christine-mcvie-fleetwood-mac-obituary>

74. <https://dictionary.cambridge.org/dictionary/english/woman>