

Національний університет "Острозька академія"

Навчально-науковий інститут лінгвістики

Кафедра англійської філології

Кваліфікаційна робота

магістра

на тему:

“Особливості мовного вираження гендеру в англійській мові”

Виконав: студент II курсу, групи МА-2

спеціальності: 035 Філологія

спеціалізації: 035.041 Германські мови та літератури

(переклад включно), перша – англійська

Думнич І. І.

Керівник _____

(прізвище та ініціали)

Рецензент _____

(прізвище та ініціали)

Роботу розглянуто і допущено до захисту

на засіданні кафедри англійської філології

протокол №__ від “__” _____ 2023 р.

Зав.кафедри _____ Анатолій ХУДОЛІЙ

Острог – 2023 рік

ЗМІСТ

| | |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----|
| ВСТУП..... | 3 |
| РОЗДІЛ 1 ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ ДОСЛІДЖЕННЯ ТА ФУНКЦІОНУВАННЯ ГЕНДЕРУ В СУЧАСНІЙ ЛІНГВІСТИЦІ | 7 |
| 1.1 Історія дослідження гендеру..... | 7 |
| 1.2 Визначення та характеристика гендеру | 11 |
| 1.3 Способи вираження гендеру в лінгвістиці..... | 14 |
| РОЗДІЛ 2 БЛОГ В КОНТЕКСТІ ГЕНДЕРНОЇ ЛІНГВІСТКИ | 20 |
| 2.1 Визначення та типологія Інтернет-дискурсу | 20 |
| 2.2 Блог як елемент Інтернет-дискурсу..... | 32 |
| 2.3 Гендерні аспекти блогів | 39 |
| РОЗДІЛ 3 ПОРІВНЯННЯ ОСОБЛИВОСТЕЙ МОВНОГО ВИРАЖЕННЯ ГЕНДЕРУ В АНГЛОМОВНИХ БЛОГАХ ДЛЯ ЖІНОК ТА ЧОЛОВІКІВ..... | 42 |
| 3.1 Лексичні особливості вираження гендеру | 42 |
| 3.2 Синтаксичні особливості вираження гендеру | 52 |
| 3.3 Граматичні особливості вираження гендеру | 64 |
| 3.4 Стилiстичні особливості вираження гендеру | 70 |
| ВИСНОВКИ | 83 |
| СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ | 86 |

ВСТУП

Становлення сучасного суспільства відбувається на фоні зростаючої уваги до гендерних питань, рівноправності статей, та розширення ролі та прав жінок у різних сферах життя. Мова, як одне з ключових засобів комунікації, не залишається поза увагою в контексті гендерної рівності. Зростаючий інтерес до гендерних питань у мовному аспекті відкриває нові можливості для розуміння впливу гендеру на мовні практики та спілкування.

Враховуючи ступінь наукової розробки даної теми, можна зазначити, що на сьогоднішній день, дослідження гендерних аспектів у мовному вираженні, зокрема в англійській мові, має значний інтерес для філологів і мовознавців. Однак, питання, пов'язані з мовним вираженням гендеру в англійських блогах, спрямованих на жінок та чоловіків, залишаються слабо вивченими та недостатньо висвітленими у наукових дослідженнях, що зумовлює **актуальність** дипломної роботи.

Метою даної дипломної роботи є проведення систематичного та ретельного аналізу мовних особливостей гендеру в англійських блогах для жінок та чоловіків. Дослідження спрямоване на виявлення та порівняння лексичних, синтаксичних, граматичних та стилістичних особливостей, які використовуються авторами блогів для вираження своєї гендерної ідентичності та комунікації з аудиторією.

Для досягнення мети дослідження необхідно виконати наступні **завдання**:

- 1) вивчити попередні дослідження гендеру та його функціонування в сучасній лінгвістиці;
- 2) описати мовні способи вираження гендеру;
- 3) описати існуючі визначення та типології Інтернет-дискурсу;
- 4) охарактеризувати блог як елемент Інтернет-дискурсу;
- 5) описати способи вираження гендеру в англійських блогах;
- 6) проаналізувати лексичні особливості мовного вираження гендеру, які використовуються в англомовних блогах для жінок та чоловіків;
- 7) проаналізувати синтаксичні засоби вираження гендеру та їх функції в англомовних блогах для жінок та чоловіків;

8) виявити граматичні особливості вираження гендеру в англomовних блогах для жінок та чоловіків;

9) дослідити стилістичні особливості вираження гендеру та їх роль у формуванні ідентичності авторів в англomовних блогах для жінок та чоловіків;

10) здійснити порівняльний аналіз мовного вираження гендеру в англomовних блогах для різних гендерних груп з метою виявлення різниці та схожості у способах комунікації.

Об'єктом дослідження даної дипломної роботи є мовне вираження гендеру.

Предметом дослідження є особливості мовного вираження гендеру в англomовних блогах для жінок та чоловіків.

В роботі були використані наступні **методи** дослідження:

1) методи аналізу та синтезу, що застосовувались розкриття структурних особливостей мовного вираження гендеру та їхнього впливу на сприйняття повідомлень;

2) індуктивні та дедуктивні методи, що використовувалися для узагальнення результатів спостережень і виведення висновків про мовні тенденції в блогах для різних гендерів;

3) метод суцільної вибірки, який був використаний для відбору прикладів для аналізу;

4) методи лінгвістичного аналізу, що дозволили виявити лексичні, граматичні, синтаксичні та стилістичні особливості мовного вираження гендеру;

5) метод контекстуального аналізу, який допоміг в аналізі відібраних прикладів;

6) метод формалізації, що був використаний для кількісного представлення результатів дослідження.

Наукова новизна дослідження полягає у спробі власного аналізу різних мовних особливостей гендеру в англomовних блогах, спрямованих на різні гендерні групи. Було використано підхід, що поєднує лінгвістичний аналіз з контекстуальним дослідженням, що дозволило детально дослідити мовні засоби, використовувани

авторами блогів для вираження своєї гендерної ідентичності та спілкування з аудиторією.

Практичне значення дослідження полягає у тому, що одержані результати можуть бути корисними для розвитку галузі гендерної лінгвістики та сприятимуть глибшому розумінню впливу гендерних факторів на мовну практику в Інтернет-дискурсі. Результати можуть бути використані в подальших дослідженнях з сучасної лінгвістики, а також стануть корисним матеріалом для мовознавців та студентів філологічного факультету. Результати дослідження можуть бути також використані викладачами для підготовки теоретичних та практичних матеріалів з мовознавства та лінгвокультурології.

Логіка дослідження зумовила **структуру** роботи. Дипломна робота складається зі вступу, трьох розділів, висновків та списку використаних джерел. Загальний обсяг – 94 сторінки.

У вступі було визначено актуальність та значення дослідження, сформульовано мету та завдання, а також обґрунтовано об'єкт та предмет дослідження.

У першому розділі «Теоретичні аспекти дослідження та функціонування гендеру в сучасній лінгвістиці» були розглянуті історія дослідження гендеру, визначення та характеристика гендеру, а також способи вираження гендеру в лінгвістиці.

У другому розділі «Блог в контексті гендерної лінгвістики» було проаналізовано блог як елемент Інтернет-дискурсу та його вплив на мовне вираження гендеру. Також були висвітлені гендерні аспекти використання блогів та їх відмінності між різними гендерними групами.

У третьому розділі «Порівняння особливостей мовного вираження гендеру в англomовних блогах для жінок та чоловіків» були досліджені лексичні, синтаксичні, граматичні та стилістичні особливості мовного вираження гендеру в блогах для різних гендерів. В цьому розділі були представлені результати порівняльного аналізу та виявлені відмінності та спільні риси мовних конструкцій у блогах для жінок та чоловіків.

У висновках були підведені підсумки дослідження та висвітлені досягнуті результати щодо мовного вираження гендеру в англомовних блогах. Також були проаналізовані практичні наслідки отриманих результатів та визначено можливі напрямки подальших досліджень у галузі гендерної лінгвістики та Інтернет-дискурсу.

РОЗДІЛ 1

ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ ДОСЛІДЖЕННЯ ТА ФУНКЦІОНУВАННЯ ГЕНДЕРУ В СУЧАСНІЙ ЛІНГВІСТИЦІ

1.1. Історія дослідження гендеру

Історія дослідження гендеру в лінгвістиці відноситься до вивчення того, як статеві приналежності впливають на мовлення та як мовлення впливає на сприйняття статевої приналежності. Тема досліджень гендеру в лінгвістиці почалася в 1970-х роках, коли феміністські рухи стали активними в США та за її межами.

У 1975 році професор Р. Лакофф написала книгу «Мова та жінка», в якій вона досліджувала статеві ролі в мовленні та показувала, як мовлення може відображати та підтримувати статеві стереотипи [46, с. 10].

Б. Дюбуа [34] у своїй роботі аналізує теорію речень Р. Лакоффа [46], зокрема питальні речення. Дослідник оцінив використання питальних речень у контексті професійних зустрічей і дійшов висновку, що чоловіки використовують меншу кількість питальних речень, ніж жінки. Його висновки показали, що теорія Р. Лакоффа віддає перевагу стереотипним віруванням.

Одним з визначних дослідників гендеру в лінгвістиці є Д. Танен, яка в своїх працях розглядає взаємозв'язок між мовою та гендерною ідентичністю, а також аналізує різні стереотипи, пов'язані зі статевими ролями в мовленні [31, с. 14-15]. Пізніше, у 1980-х роках, роботи професора Д. Таннен, яка досліджувала спілкування між чоловіками та жінками в різних культурах, отримали велику популярність.

У 1990-х роках дослідження гендеру в лінгвістиці стали більш систематичними та охоплювали більший спектр тем. Одна з таких тем – це вивчення того, як статеві приналежності впливають на сприйняття мовних виразів та як мовні стереотипи можуть відображати та посилювати гендерні нерівності. Інші дослідження досліджували різні аспекти мовного аналізу, такі як синтаксис, лексика та фонетика, та їх взаємозв'язок зі статевою приналежністю говорів [48, с. 53].

В останні роки дослідження гендеру в лінгвістиці стали більш розширеними, тому що їхня актуальність зростає в зв'язку зі збільшенням уваги до гендерних питань та боротьби з гендерними нерівностями. Сучасні дослідження гендеру в лінгвістиці зосереджуються на різноманітних темах, таких як мовленнєва поведінка та ідентичність, гендерні ролі та стереотипи в мовленні, статеві різноманітності у мовленнєвих актах, мовленнєве насильство, трансгендерна лінгвістика та інші. Книга Дж. Сандерленд «Language and Gender», що вивчає взаємозв'язок між мовою та гендером стала однією з перших наукових праць, що зосереджувалися на аналізі гендеру в лінгвістиці. Дж. Сандерленд висвітлює важливі аспекти вивчення гендеру в мові, включаючи стереотипи, роль мови у створенні гендерної ідентичності, мовленнєве насильство та дискримінацію [62].

У книзі дослідниця також розглядає різні підходи до дослідження гендеру в мові, включаючи феміністську лінгвістику, андроклініку та соціолінгвістику. Вона також досліджує різні мовні та мовленнєві аспекти, які пов'язані з гендером, такі як вживання мовних засобів, які можуть вказувати на статеву належність, використання імен у мовленні, різниці в мовленнєвому стилі та інші. Окрім того, Сандерленд аналізує різні соціальні та культурні фактори, які впливають на гендер в мові, такі як місце проживання, релігія та етнічна приналежність. Вона також розглядає різні підходи до вивчення гендеру в мові, включаючи квалітативні та кількісні методи [62].

Дж. Сандерленд доводить, що дослідження гендеру в мові мають велике значення для розуміння соціальних та культурних факторів, які впливають на статеву рівність. Вона також стверджує, що мова є важливим інструментом для вираження гендерної ідентичності та статевої приналежності, а також є засобом утримання гендерних стереотипів та дискримінації [62].

М. Абдалгане у статті «Gendered Language: A Study of Sociolinguistic Theories and Approaches» досліджує різні теорії та підходи до вивчення гендеру в мові, зокрема в суспільному контексті. Автор розглядаються соціальні та культурні фактори, які впливають на розвиток гендерної ідентичності та її відображення в мові, а також досліджує феміністську лінгвістику та її роль у вивченні гендеру в мові. Він зазначає,

що феміністська лінгвістика покликана виявляти та аналізувати стереотипи та дискримінацію в мові, які викликаються соціальними та культурними факторами [23].

М. Абдалгане також розглядає андроклініку, яка вивчає відмінності в мовленні жінок та чоловіків. Він зазначає, що андроклініка допомагає виявляти та аналізувати різницю в мовленні жінок та чоловіків, що може бути пов'язано зі стереотипами та культурними нормами [23].

О. Горошко виокремлює три основні підходи до вивчення гендера [5]:

а) Перший підхід до вивчення гендеру, запропонований О. І. Горошко, зосереджується на соціальній природі мовлення чоловіків та жінок, і досліджує мовні розбіжності між ними. Цей підхід пояснює мовні розбіжності між чоловіками та жінками через особливості розподілу соціальної влади у суспільстві. Наприклад, жінки можуть використовувати інші форми мовлення, ніж чоловіки, через те, що їхнє становище в суспільстві менше привілейоване.

б) Другий підхід, соціолінгвістичний, досліджує мовленнєву поведінку статей, включаючи як соціальні, так і мовні аспекти. Цей підхід зосереджується на різницях у мовній поведінці між чоловіками та жінками і з'ясовує, які мовні засоби використовуються в різних контекстах. Наприклад, дослідження можуть показати, що чоловіки використовують більше агресивних форм мовлення, ніж жінки.

в) Третій підхід, спрямований на виявлення когнітивного аспекту розбіжностей у мовленнєвій поведінці статей. Цей підхід досліджує, які когнітивні процеси відбуваються в розумінні та використанні мовлення чоловіками та жінками. Наприклад, дослідження можуть показати, що чоловіки мають тенденцію використовувати більше словникового запасу в своєму мовленні, ніж жінки.

В цілому, підходи до вивчення гендеру за О. Горошко показують, що гендерна ідентичність може впливати на мовленнєву поведінку людей та сприйняття мовлення від інших. Це дає можливість краще розуміти, як гендер впливає на нашу мовленнєву поведінку та комунікацію взагалі.

Ю. В. Андрійченко досліджує розвиток гендерних досліджень у лінгвістиці на сучасному етапі та висвітлює особливості їх виникнення. Автор зазначає, що гендерні дослідження у лінгвістиці на сучасному етапі пов'язані зі зміною соціокультурного

контексту та збільшенням уваги до проблем гендерної нерівності. Вона вказує на те, що у лінгвістиці гендерні дослідження досить нові, і що вони почали активно розвиватись у 1980-ті роки [1].

Дослідниця стверджує, що статева належність визначає не тільки соціальну статеву роль, яку виконує людина, але і її свідому модель світу, мотиви дій і вчинків, стиль поведінки. Змінюючи своє мовлення, людина може звільнитися від гендерних стереотипів, що вкоренилися у суспільстві. Автор вважає, що гендер не є статичним поняттям, а є безперервним процесом продукування суспільством відмінностей у чоловічих і жіночих ролях, ментальних і емоційних характеристиках у мовній поведінці. Гендерні норми і ролі не мають універсального змісту і тому варіюються у різних суспільствах. Лінгвістика може вивчати гендерне дискурсивне простір, аналізуючи як соціальні фактори впливають на мовленнєву поведінку, та досліджуючи різні мовні засоби, які використовуються для створення гендерного образу в мовленні [1, с. 94].

У статті «Сучасний стан лінгвогендерологічних досліджень в Україні» Л. Ставицька аналізує сучасний стан досліджень гендеру в українській лінгвістиці. Авторка наголошує на тому, що гендерна теорія в лінгвістиці не обмежується дослідженням статевих відмінностей у мовленні, але досліджує більш широкі соціально-культурні процеси [15].

У статті «Особливості розвитку гендерних лінгвістичних досліджень в Україні й закордоном» Ю. Маслової дослідниця акцентує увагу на тому, що гендерний чинник може бути дослідженим у всіх лінгвістичних дисциплінах, від семантики до дискурсу та комунікації. Вона також зазначає, що антропоцентризм у сучасній лінгвістиці є «людино-орієнтованим» підходом [11, с. 103-104].

Стаття також визначає декілька основних напрямків гендерних досліджень у лінгвістиці, зокрема, дослідження специфіки відображення гендеру в мові, вивчення особливостей чоловічого та жіночого мовлення, аналіз гендерної ідентичності представників обох статей та специфіку її репрезентації у мові [11, с. 104].

Одним з ключових аспектів дослідження гендеру в лінгвістиці є увага до того, як мовлення впливає на статеву приналежність та як використання різних мовних

форм може відображати статеві стереотипи. Наприклад, використання чоловічого роду як універсальної форми, як це відбувається в багатьох мовах, може відображати нормативний стереотип, що чоловіки є стандартом, а жінки – виключенням. У цьому контексті активно розглядаються альтернативні мовні форми, такі як вживання інклюзивної мови, яка включає у себе різні статі та гендерні ідентичності [6, с. 6-8].

Отже, гендерні лінгвістичні дослідження є важливим напрямком у лінгвістиці, оскільки дозволяють досліджувати взаємозв'язок між мовою та гендерною соціалізацією, а також розкривати гендерні стереотипи та дискримінацію у мові. Загалом, дослідження гендеру в лінгвістиці є важливим інструментом для розуміння того, як мова впливає на наші уявлення про гендерну ідентичність, та як мовлення може відображати та підтримувати гендерні стереотипи та нерівності.

1.2. Визначення та характеристика гендеру

Поняття гендеру з'явилося в науковому дискурсі в середині 20 століття і відображає соціально-культурні та психологічні аспекти, пов'язані з різними способами життя та ролями, які відводяться чоловікам та жінкам в суспільстві.

В сучасній англійській мові слово «гендер» походить від середньоанглійського «gender» (гендер), запозиченого з англонормандської та середньофранцузької мови «gendre». Ці слова, в свою чергу, походять від латинського слова «genus», яке означає «рід», «тип» або «сорт». Також це слово зустрічається в сучасній французькій мові у слові «genre» (тип, рід, а також «genre sexuel») і пов'язане з грецьким коренем «gen-», який означає «продувати», і зустрічається в словах «gene», «genesis» та «oxygen» [54, с. 4]

Згідно з авторитетними лексикографічними джерелами англійської мови, гендер визначається так:

а) Соціальна конструкція статі, що передбачається суспільством на основі стереотипів і ролей, що вважаються характерними для чоловіків та жінок. (за Cambridge Dictionary: gender)

b) Сукупність культурних, соціальних та інших впливів, які впливають на сприйняття та вираження індивідом своєї статі. (за Oxford Languages: gender)

c) Відмінність між чоловіками та жінками на основі соціальних та культурних різниць, а не на основі біологічної статі. (за Merriam-Webster Dictionary: gender)

d) Суспільно-історичний і культурний контекст, що впливає на формування поняття про чоловічу та жіночу стать. (за Collins Dictionary: gender)

e) Комплекс соціально-культурних характеристик, що пов'язані з чоловічою або жіночою статтю, включаючи стереотипи, ролі та очікування. (за Vocabulary.com: gender)

Згідно з традиційним розумінням, гендер визначається як соціальна категорія, що відображає соціальні ролі, очікування та стереотипи, пов'язані зі статевою приналежністю. Це означає, що гендер не є статевою ідентичністю сам по собі, але відображає те, як статеві ролі і очікування перетинаються з соціальними та культурними контекстами.

Відповідно до цього розуміння, гендер включає в себе різноманітні аспекти, такі як соціальні ролі та очікування, що стосуються жінок і чоловіків, культурні та соціальні норми, що впливають на спосіб поведінки та сприйняття, а також психологічні фактори, що формують індивідуальні гендерні ідентичності.

Поняття «гендер» в лінгвістиці, яке не має чіткого визначення та має різні трактування залежно від автора та його концептуальної позиції. Зокрема, виникли труднощі з перекладом терміну «gender», оскільки він в англійській мові вживається як «рід» або «граматична категорія роду», а в українській мові більш поширений переклад як «стать». У зв'язку з цим, наукове співтовариство ввело поняття «гендер» з метою уникнення стійких асоціацій зі словом «стать». Проте, деякі вчені надають перевагу використанню застарілих термінів, які враховують соціальну та культурну значущість статі [8].

Отже, вибір термінології визначається концептуальною позицією автора, що може впливати на розуміння та інтерпретацію результатів дослідження.

Гендер може бути сприйнятий як соціальний конструкт, що формується індивідами та суспільством, а також як індивідуальна ідентичність, що формується на основі власних досвідів, переживань та ставлення до соціальних ролей та очікувань, пов'язаних зі статевою приналежністю.

Згідно з Дж. Призгодою, гендер можна визначити як соціальну та культурну конструкцію, що відображає різниці в очікуваннях, ролях, стереотипах та нормах для чоловіків і жінок у суспільстві. Відмінність між гендером та статтю полягає у тому, що гендер є соціальною конструкцією, тоді як стать є біологічною. Гендер є залежним від культурних та соціальних факторів, таких як національність, етнічна приналежність, клас, сексуальна орієнтація тощо. Визначення гендеру може різнитися в залежності від того, як використовується термін в конкретному контексті [56, с. 553-554].

Мовознавиця Т. Семашко розмежовує поняття «стать» і «гендер». Згідно з дослідницею, поняття «стать» використовується для визначення біологічної різниці між чоловіком і жінкою, тоді як термін «гендер» відноситься до соціальних, культурних, психологічних аспектів, пов'язаних з ролями, нормами і стереотипами, що вважаються властивими для чоловіків або жінок в певному суспільстві. Тобто, поняття статі описує біологічну характеристику, яка визначається фізіологічними особливостями організму, такими як генетичні, анатомічні та фізіологічні риси. З іншого боку, поняття гендер відноситься до соціальних стереотипів і ролей, які суспільство вважає властивими для чоловіків та жінок [14, с. 167].

Гендер – це соціальна конструкція, яка передбачає визначення соціальних ролей на основі біологічної статі людини. Гендерна ідентичність відображає спосіб, яким індивід розуміє себе як чоловік чи жінка, а також як він або вона взаємодіють з іншими людьми на основі соціальних норм і очікувань [11, с. 226].

Згідно з О. Степановою, гендер – це соціально-культурна категорія, що відображає взаємозв'язок між біологічною статтю особи та соціальними ролями, які їй накладає суспільство на основі певних стереотипів. Гендерні ролі та стереотипи формуються через культурні та історичні процеси і можуть відрізнитися в залежності від культури, епохи, релігії та інших факторів [17, с. 1-2].

Існує кілька типів гендеру:

- a) бінарний;
- b) небінарний;
- c) багатовимірний [10, с. 226-227].

Бінарний гендер передбачає традиційний розподіл на дві категорії – чоловіків та жінок. Небінарний гендер означає, що індивід не відчуває належність жодній з двох традиційних категорій. Багатовимірний гендер передбачає, що людина може відчувати належність до більш ніж однієї категорії гендеру, або ж відчувати зміну гендерної ідентичності з часом [10, с. 226-227].

Отже, поняття статі є біологічним та не може бути змінене, тоді як поняття гендеру є соціальним та може бути змінене через культурні та інші фактори. Враховуючи це, поняття статі та гендеру не можуть бути використовані взаємозамінно.

Загалом, історія дослідження гендеру в лінгвістиці показує, що питання гендеру завжди були на поверхні, але з розвитком суспільства та змінами відносин між статями, стали особливо актуальними. Лінгвістика як наука не залишилася осторонь цієї проблеми та почала досліджувати як впливає мова на формування гендерних ролей в суспільстві, так і як можна використовувати мову для більш рівноправного відображення статевих ознак.

Історія дослідження гендеру в лінгвістиці показує, що це є складною та багатогранною проблемою, яка потребує розгляду з різних позицій та від кількох дисциплін, таких як лінгвістика, соціологія, психологія, антропологія та інші. Проте, відкриття та дослідження нових аспектів гендеру дозволяє не тільки краще зрозуміти вплив мови на формування гендерних ролей, а й забезпечити можливість використання мови для більш рівноправного та толерантного суспільства.

1.3. Способи вираження гендеру в лінгвістиці

В мовній практиці існує маніпуляція мовними нормами, які несуть певні значення, традиційно асоційовані з гендером, так і декодовані в рамках певної

ситуації. Гендерне дослідження передбачає розуміння того, що гендер – це те, що індивід робить/представляє, а не те, що він/вона мають. Сучасна лінгвістика виходить з положення про те, що чоловіки та жінки використовують мову таким чином, і не інакше, для того, щоб бути адекватно сприйнятим(ою) представниками протилежної статі [10, с. 226].

За Е. Рагимовою, вираження гендеру в лінгвістиці може відбуватися на різних рівнях мовлення, включаючи лексичний, граматичний та синтаксичний рівні [13, с. 160-162]:

а) На лексичному рівні – це використання лексичних засобів, таких як прислівники-індикатори впевненості, дієслова розумового сприйняття та емоційного стану, а також особові займенники, які можуть мати різну форму для жіночої та чоловічої статі. Наприклад, слово «лікар» може бути замінено на «лікарка» для вираження жіночої статі.

б) На граматичному рівні, жінки можуть використовувати умовний спосіб, щоб викласти свою точку зору у більш м'якій формі, а також наказовий спосіб для демонстрації впевненості у власному соціальному статусі.

в) На синтаксичному рівні, чоловіки та жінки можуть використовувати різні типи речень. Наприклад, прості речення віддають перевагу чоловіки, тоді як складні конструкції частіше вживають дійові особи жіночої статі.

Загалом, використання лексичних, граматичних та синтаксичних засобів дозволяє виразити різні аспекти гендерної ідентичності в мовленні. Аналіз текстів, які містять репрезентацію гендеру, може бути корисним для розуміння, як мовлення може відображати та формувати соціальні стереотипи щодо ролей чоловіків та жінок у суспільстві.

В англійській мові є декілька способів вираження гендеру, які можуть використовуватись у мовленні. Деякі з них є більш традиційними, тоді як інші є більш новими та більш соціально-свідомими:

а) Використання особових займенників. В англійській мові існує відмінність між особовими займенниками від чоловічого та жіночого роду. Наприклад, «*he*» (він) відноситься до чоловіків, тоді як «*she*» (вона) відноситься до жінок. Однак, ці

займенники не завжди відповідають істинному гендеру людини, про яку говорять [47, с. 180].

b) Використання статево-нейтральних займенників. У сучасній англійській мові почали поширюватись статево-нейтральні займенники, такі як «*they*» (вони), «*them*» (їм), «*their*» (їхній), «*theirs*» (їх). Ці займенники можуть використовуватись як для чоловіків, так і для жінок, а також для тих, хто не хоче відноситись до будь-якої статі [47, с. 180].

c) Використання інклюзивної мови. Інклюзивна мова – це використання слів, які не є статево-залежними та не передбачають гендерної ідентичності людини. Наприклад, замість «*fireman*» (пожежник) можна використовувати «*firefighter*» (рятувальник). Цей підхід дозволяє виключити статеві стереотипи та уникнути непотрібного розрізнення за статтю [57, с 77].

d) Використання мовних конструкцій. У сучасній англійській мові з'явилися мовні конструкції, які використовуються для вираження різних гендерів. Наприклад, замість «*his or her*» можна використовувати «*their*» (їхній) або «*his/her/their*» (його/її/їхній), щоб уникнути відмінностей в залежності від статі людини. Також можуть використовуватись спеціальні префікси, такі як «*mx*» (замість «*Mr*». або «*Mrs*»).) або «*ze/hir*» (замість «*he/him*» або «*she/her*») [28, с. 131].

e) Використання нових слів. У сучасній англійській мові з'явилися нові слова, які використовуються для вираження гендерної ідентичності людини. Наприклад, «*cisgender*» (людина, яка відповідає статевої ідентичності, з якою вона народилась) та «*transgender*» (людина, яка відчуває, що її статеві ідентичність не співпадає з тією, з якою вона народилась). Також можуть використовуватись нові прикметники, такі як «*non-binary*» (нестатевий), «*genderqueer*» (гендерний квір) та інші [26, с. 15].

Ф. Сабон вказує на те, що використання мови чоловіками та жінками пов'язане не лише з їх психологією та фізіологією, але й з культурними стереотипами. Зазначаються такі особливості мовлення жінок, як:

- a) використання ввічливих форм;
- b) використання запитальних підрядних речень;

- c) підвищена інтонація в декларативних реченнях;
- d) уникнення прокльонів;
- e) використання більшої кількості засобів зменшувально-пестливого значення [61].

Однак, варто зазначити, що не всі жінки та чоловіки відповідають цим стереотипам, і не всі діляться традиційними ролями в мовленні. Крім того, деякі дослідження показують, що стереотипи про «жіночу мову» можуть бути шкідливими для жінок, оскільки вони можуть призводити до неправильних стереотипів та дискримінації на роботі та в інших сферах життя.

Інші дослідження також показують, що існує певна різниця в використанні мови чоловіками та жінками, яка проявляється у використанні окремих лексичних одиниць та граматичних структур [66, с. 1486-1487]:

a) Порівняно з чоловіками, жінки частіше використовують слова, які описують кольори більш детально, такі як «*mauve*», «*lavender*», «*aquamarine*», «*azure*» та «*magenta*».

b) Вони також використовують багато прикметників, що описують стани, такі як «*adorable*», «*charming*», «*lovely*», «*fantastic*», «*heavenly*», тоді як чоловіки їх рідко вживають.

c) У використанні прислівників жінки віддають перевагу словам, які описують стани або ступінь, такі як «*awfully*», «*pretty*», «*terribly*», «*vastly*», «*quite*» тоді як чоловіки використовують «*very*», «*utterly*», «*really*».

d) Жінки зазвичай уникають вживання ненормативної лексики, оскільки вони вважають, що вона може створити незручності та знищити взаємини з іншими людьми.

e) Жінки також використовують більше евфемізмів та виразів, що виражають ввічливість, таких як «*please*», «*thanks*».

f) Нарешті, у використанні займенників жінки частіше вживають множинні займенники першої особи, навіть коли пропонують щось іншій людині, тоді як чоловіки вживають займенники однини першої особи, а при звертанні до іншої людини безпосередньо вживають займенник другої особи.

Є різниця в використанні мови на синтаксичному рівні між чоловіками та жінками. На прикладі української мови можна виділити декілька особливостей [66, с. 1487-1488]:

а) Модуляція. Коли жінка говорить, вона зазвичай залишає рішення відкритим, а не нав'язує свої ідеї чи позиції іншим. Жінки використовують такі висловлювання як «ну, знаєш..», «я думаю..», «можливо я помиляюся, але..», тощо. Це може бути спрямовано на те, щоб не звинувачувати інших у неправильності своїх думок та зберегти гарні стосунки з оточуючими людьми.

б) Питальні речення. Жінки використовують більше питальних речень, ніж чоловіки. Вони розглядають питальні речення як стратегію для продовження цікавого розмови.

в) Наказові речення. Жінки використовують речення з модальними дієсловами, такими як «можна», «може», «варто», але мало використовують наказові речення для видачі наказів. Щоб зменшити тон наказу, вони використовують більше прислівників, таких як «можливо», «може», «імовірно».

г) Коректність граматики. Жінки зазвичай звертають більше уваги на правильність граматики та синтаксису, щоб зробити свої висловлювання більш зрозумілими та точними.

Такі відмінності використання мови між жінками та чоловіками можуть бути пов'язані зі стереотипами, які відображають роль кожної статі в суспільстві та спосіб їх взаємодії з оточуючими людьми.

Дослідження показують, що чоловіки та жінки мають різні інтереси в виборі тем для спілкування. Чоловіки частіше обирають теми, пов'язані з політикою, економікою, фінансами, спортом та актуальними новинами. Жінки ж більш зацікавлені у розмовах про сімейні справи, виховання дітей, одяг, кулінарію, моду та інші теми, пов'язані з домашніми справами. Розмови жінок пов'язані з домашніми та сімейними справами, тоді як розмови чоловіків асоціюються зі світом поза домом та економічними питаннями. Ця різниця може виникати з-за соціальної і культурної соціалізації, де жінкам частіше доводиться бути відповідальними за домашні

обов'язки, тоді як чоловіки більше зосереджуються на роботі та зовнішніх справах [66, с. 1488].

У цілому, у сучасній англійській мові з'являється все більше способів вираження гендеру, що свідчить про зростаючу соціальну свідомість і бажання уникнути статевих стереотипів у мовленні.

РОЗДІЛ 2

БЛОГ В КОНТЕКСТІ ГЕНДЕРНОЇ ЛІНГВІСТКИ

2.1. Визначення та типологія Інтернет-дискурсу

З впровадженням інформаційних технологій у всі аспекти нашого життя, дослідження динамічного процесу дискурсивної взаємодії стає особливо актуальним. Інтернет-дискурс, як складова частина електронної комунікації, виявляє свої унікальні риси та характеристики, які заслуговують на увагу та дослідження. Аналіз визначень Інтернет-дискурсу допомагає сформулювати комплексне розуміння цього явища та з'ясувати його роль у формуванні сучасної онлайн-культури.

З. Харріс, американський лінгвіст, уперше використав термін «дискурс» у 1952 році, але його широке розповсюдження в лінгвістиці відбулося приблизно за два десятиліття. З точки зору дослідника, дискурс має досліджувати, як інформація переміщається та перетворюється в межах комунікаційних ситуацій [40]. Таким чином, дискурс розглядається як динамічне явище, протиставлене статичному текстові.

Визначення та типологія дискурсу є складними завданнями, оскільки на сучасному етапі розвитку філологічної думки немає єдиного тлумачення цього міждисциплінарного феномена. Вчені пропонують різні підходи та класифікації, проте вони часто не мають чітких критеріїв та достатньої кількості емпіричних даних, що ускладнює пошуки та дослідження у цій галузі [3, с. 61].

За Т. ван Дейком, Інтернет-дискурс є складним явищем, і його визначення є непростим завданням через його комплексний характер [33]. Оскільки дискурс є широким поняттям, яке охоплює обмін інформацією, ідеями та поглядами, а також динамічні процеси взаємодії між учасниками комунікації, важко сформулювати коротке і однозначне визначення.

М. Фуко стверджує, що дискурс розташовується між мовою та висловленням, що робить його формою взаємодії, що відбувається після мови, але до висловлення. Він виявляється в сукупності мовних практик, правил і норм, що дозволяють

формуванню конкретних висловлювань та їх інтерпретації. Дослідник також підкреслює, що дискурс представляє собою «безліч висловлювань, що належать одній системі формацій» [20]. Це означає, що дискурс не обмежується окремими висловленнями, а складається з комплексу мовних послідовностей, які належать до певної системи або контексту.

Р. Барт вказує, що дискурс є більшою лінгвістичною одиницею, що об'єднує різні висловлення та текстові фрагменти, створюючи певний контекст та зміст. Він дозволяє встановити взаємозв'язок між окремими висловленнями та зрозуміти, як вони співвідносяться та взаємодіють для формування загального смислу. Крім того, дискурс є не тільки сукупністю лінгвістичних одиниць, але і має соціокультурний контекст. Його зміст та інтерпретація можуть бути сформовані історією, культурою, ідеологією та іншими факторами [24]. Таким чином, дискурс може стати інструментом формування та зміни уявлень та переконань суспільства.

Згідно з визначенням з Collins Dictionary, дискурс у лінгвістиці – це природна усна або письмова мова в контексті, особливо коли враховується весь текст [72]. Так, дискурс є більш широким поняттям, ніж просто послідовний набір слів чи речень. Це взаємодія мовних засобів у певному контексті, де кожне слово, фраза або вислів набуває свого специфічного значення, яке може бути розуміте лише у зв'язку з іншими елементами тексту. Дискурс відображає спосіб, яким люди спілкуються, обмінюються думками, створюють зміст та впливають на інших у мовленні.

Однак у контексті Інтернету дискурс набуває нових рис та особливостей. Завдяки глобальному характеру Інтернету, дискурс розширюється на велику кількість людей з різних культур, мов та соціальних груп.

З появою Інтернету з'явилася нова форма комунікації – Інтернет-дискурс. Інтернет-дискурс охоплює всі електронні форми інформації, які сприяють обміну думками, ідеями, поглядами, а також взаємодії між користувачами в онлайн-середовищі [12, с. 227].

Засоби комунікації впливають на наше сприйняття світу та взаємодію у суспільстві. Кожна нова епоха комунікації зумовлює нові можливості і виклики, а Інтернет є потужним каталізатором змін у сфері комунікації. Він змінює наше

ставлення до інформації, зв'язку та культури загалом. Інтернет-дискурс, що виникає на основі цієї нової комунікаційної інфраструктури, стає ключовим фактором у формуванні нашого сприйняття світу і спілкування [16].

Згідно з М. Столяровою, розуміння поняття «Інтернет» може варіюватися залежно від контексту. У вузькому розумінні, це відноситься до глобальної всесвітньої мережі, що об'єднує мільйони комп'ютерів, а у широкому – до загальної взаємодії між будь-якими мережами [18, с. 15]. Враховуючи ці два різних визначення, можна зробити висновок, що «Інтернет» – це складна система, що включає в себе різноманітні мережі та технології, що забезпечують світовий обмін інформацією та комунікацію.

Інтернет-дискурс – це нове поняття, яке виникає в контексті змін у комунікації через Інтернет. Це комплексний обмін інформацією, думками, поглядами та ідеями між користувачами в онлайн-середовищі. Він відрізняється від традиційного дискурсу, оскільки передбачає широкий спектр діалогу та взаємодії, а також застосування інтерактивних засобів комунікації [4, с. 15].

Н. Гудзь пропонує систематизацію понять, пов'язаних із дискурсом у контексті цифрового середовища. «Комп'ютерний дискурс» та «електронний дискурс» розглядаються як тотожні поняття і передбачають спілкування, в основі якого лежить використання комп'ютера. «Інтернет-дискурс» розглядається як одна з форм «мережевого дискурсу», яка включає спілкування в Інтернеті та інших мережах. У свою чергу, «віртуальний дискурс» є більш широким поняттям, оскільки включає спілкування через різноманітні засоби зв'язку, але не передбачає безпосереднього контакту між співрозмовниками [7, с. 229-230].

І. Фролова стверджує, що Інтернет-дискурс – це форма мовлення, яка виникає у віртуальному просторі, спираючись на цілеспрямовану соціальну дію та взаємодію між людьми через механізми їхньої свідомості. Він представляє собою текст, що занурений в ситуацію віртуальної реальності [19, с. 49]. Це явище визначається як складне та багатогранне, оскільки відображає специфіку електронного спілкування, що відрізняється від традиційних форм комунікації. Інтернет-дискурс дозволяє користувачам взаємодіяти, обмінюватися ідеями та інформацією в масштабах,

недосяжних у реальному світі. Він впливає на формування сучасної онлайн-культури та має значний вплив на суспільство, політику, економіку та інші сфери життя.

За А. Нипадимком, Інтернет-дискурс – це мовленнєва діяльність, що відбувається в онлайн-середовищі, зокрема, в рамках комп'ютерно-опосередкованої комунікації. Основним чинником, що зумовлює його специфіку, є формат самого Інтернету [53, с. 166]. Простіше кажучи, Інтернет-дискурс – це будь-яка комунікація, яка відбувається через Інтернет, будь то обмін повідомленнями в соціальних мережах, коментування новин на веб-порталах, участь у форумах, або публікація статей в блогах. Важливим аспектом є те, що спілкування в Інтернеті відрізняється від традиційної мовленнєвої взаємодії, оскільки здійснюється за допомогою технологій та відбувається в віртуальному просторі.

За Н. Гудзь, Інтернет-дискурс – це складний і динамічний процес обміну ідей та інформації між користувачами в онлайн-середовищі. Заснований на теорії дискурсу, Інтернет-дискурс має свої характеристики, що відрізняють його від традиційних форм комунікації [7, с. 228-229]:

а) Динамічність – Інтернет-дискурс змінюється та розвивається в реальному часі, реагуючи на нові інформаційні події і тенденції. Він може швидко еволюціонувати залежно від актуальності обговорюваних тем і взаємодії користувачів.

б) Комунікативність – Інтернет-дискурс базується на активному спілкуванні між учасниками. Це процес взаємного обміну думками, аргументами, оцінками та реакціями.

в) Віртуальність – взаємодія в Інтернет-дискурсі відбувається у віртуальному просторі, що відрізняє його від звичайних офлайн-дискусій.

г) Дистанційність – учасники Інтернет-дискурсу можуть перебувати на значній відстані один від одного, але вони можуть легко обмінюватись інформацією та поглядами.

д) Опосередкованість – учасники Інтернет-дискурсу взаємодіють через посередництво медіа технологій та інформаційних платформ.

f) Креалізованість – Інтернет-дискурс може виявлятися у різних формах, таких як блоги, форуми, соціальні мережі, чати тощо.

g) Персоніфікованість – кожен користувач має можливість виражати свої індивідуальні погляди та думки, що створює багатообразність Інтернет-дискурсу.

Так, Інтернет-дискурс є складним та важливим явищем сучасного інформаційного суспільства, яке характеризується широким спектром взаємодії та зв'язку між людьми через віртуальний простір.

Н. Шкворченко, пропонує комплексний підхід до розуміння цього явища в онлайн-середовищі. Згідно з її визначенням, Інтернет-дискурс не обмежується лише створенням текстів, але включає різноманітні фактори, що впливають на процес комунікації в мережі [22]:

a) Зокрема, авторка наголошує на прагматичних аспектах Інтернет-дискурсу, які пов'язані з його функціональними метою та наслідками. Це означає, що учасники комунікації у Інтернеті створюють та обмінюються текстами з певними цілями, такими як переконання, інформування, співпереживання тощо. Інтернет-дискурс є динамічним процесом, де кожна текстова створюється з метою вплинути на інших учасників та сприяти досягненню певних комунікаційних цілей.

b) Другий аспект, що враховується в цьому визначенні, – соціокультурні чинники. Інтернет-дискурс, будучи складовою сучасного суспільства, носить певний соціокультурний контекст, і це має важливе значення для розуміння специфічних контекстів Інтернет-комунікації. Культурні особливості, соціальні норми та цінності можуть впливати на способи взаємодії, обміну інформацією та формування текстових повідомлень у Інтернеті.

c) Третім компонентом є психологічні чинники, які розглядають вплив психологічних аспектів на Інтернет-дискурс. Інтерація між учасниками в Інтернеті також може відображати їхні психологічні становища, настрої, ставлення до теми обговорення, що додає глибини інтерпретації текстів та розумінню динаміки комунікації.

За І. Великою, Інтернет-дискурс – це складний феномен, що виникає в результаті взаємодії віртуальних особистостей в Глобальній мережі. Цей дискурс

об'єднує у собі не лише електронні засоби передачі інформації та гіпертекстовий механізм структуризації даних, але й зосереджує увагу на комунікативній взаємодії між учасниками, культурних, соціальних, технологічних та прагматичних факторах [3, с. 62].

Основна особливість Інтернет-дискурсу полягає в тому, що він не обмежений межами реального простору, а здатний здійснюватись у віртуальному інформаційному середовищі. Люди, що спілкуються через Інтернет, можуть бути фізично розташовані в різних кінцях світу, але це не заважає їм обмінюватись ідеями, думками та інформацією. Учасники Інтернет-дискурсу можуть застосовувати різні засоби комунікації, від текстових повідомлень до аудіо- та відеозв'язку, що забезпечує багатогранність інтеракції між ними [3, с. 62].

Важливим аспектом Інтернет-дискурсу є те, що кожна віртуальна особистість є унікальною та має власний культурний, соціальний та особистісний компонент. Взаємодія між комунікантами базується на їхніх індивідуальних поглядах, досвіді, ставленні до світу, що може призвести до різних трактувань і сприйняття інформації. Також варто відзначити, що в Інтернеті людина може представляти себе інакше, ніж в реальному житті, створюючи свою віртуальну імідж [3, с. 62-63].

Отже, Інтернет-дискурс – це складна система взаємодії та обміну інформацією між віртуальними особистостями, яка знаходиться в електронному інформаційному просторі. Його визначення включає елементи технології, комунікації, культури та індивідуальності, що робить його надзвичайно цікавим та значущим об'єктом дослідження для вчених з різних галузей науки. Інтернет-дискурс впливає на формування сучасного інформаційного суспільства та дозволяє зрозуміти складні процеси комунікації в онлайн-середовищі.

В Інтернет-дискурсі, за Д. Крісталом, виявляється унікальне поєднання писемного та усного мовлення [29, с. 20-23]. Це означає, що взаємодія між користувачами в онлайн-середовищі комбінує риси письмового тексту зі спонтанністю та неформальністю усної мови.

Проте також Д. Крістал визначає декілька ключових характеристик, що відрізняють Інтернет-дискурс від живого усного спілкування та писемного мовлення [29, с. 44-48]:

a) По-перше, усне спілкування відрізняється від Інтернет-дискурсу тим, що в ньому існує синхронний зворотний зв'язок. Усний співрозмовник має можливість одразу отримати реакцію співбесідника на свої слова, що допомагає уточнювати розуміння та забезпечує більш ефективну комунікацію. Однак, у Інтернет-дискурсі така можливість відсутня, оскільки взаємодія здійснюється з використанням текстових повідомлень, які можуть бути сприйняті адресатом з деякою затримкою.

b) По-друге, ритм Інтернет-комунікації є повільнішим порівняно з усним спілкуванням або навіть писемним листуванням. Відповіді на електронні листи або повідомлення можуть надходити в різний часовий діапазон, що залежить від доступності користувачів та їхніх звичок.

c) По-третє, Інтернет-дискурс може порушувати традиційні правила комунікації, пов'язані зі спілкуванням у реальному часі. Технічні обмеження можуть призводити до затримки в обміні повідомленнями, що іноді призводить до непорозумінь та перешкоджає нормальній комунікації.

d) Крім того, у Інтернет-дискурсі відсутні такі елементи, як просодія, паралінгвальні засоби, міміка та жести, які використовуються у живому спілкуванні для передачі інтонації, настрою та емоцій. Замість цього, користувачі зазвичай компенсують відсутність цих елементів графічними засобами, такими як емотикони.

Так, оскільки Інтернет-дискурс включає різноманітні комунікативні форми та стилі, він створює унікальну платформу для взаємодії між користувачами з різних культур, націй та соціальних середовищ. Інтернет дозволяє обмінюватися думками, ідеями, інформацією та переживаннями швидше та легше, але водночас потребує розвитку нових комунікативних навичок для адаптації до специфіки цього середовища.

Загалом, Інтернет-дискурс є динамічною і різноплановою формою комунікації, яка відкриває нові можливості для взаємодії між людьми та обміну інформацією.

Його інтерактивність та різноманітність стилів роблять його важливим інструментом для розвитку сучасного суспільства та культури [29, с. 18].

Інтернет-дискурс також можна розглядати як взаємодію людей у цифровому просторі, де вони обмінюються ідеями, поглядами, думками, а також інформацією за допомогою різноманітних Інтернет-технологій, таких як веб-форуми, соціальні мережі, блоги тощо. Він створює можливість для глобального спілкування, сприяє зростанню інформаційної свідомості та допомагає формувати суспільні думки та ставлення [45, с. 36]. Загалом, Інтернет-дискурс має великий вплив на формування сучасного суспільства, зближуючи людей, розширюючи доступ до інформації та розбурхуючи нові ідеї.

Новітні канали комунікації в Інтернеті зумовили глобалізацію та об'єднання світу, дозволяючи людям із різних куточків планети взаємодіяти в реальному часі. Інформаційні технології дозволили підвищити соціальну продуктивність, сприяючи зручному поширенню знань та ідей в дигітальному форматі. Отже, Інтернет-дискурс не тільки сприяє обміну інформацією, а й має значний вплив на повсякденне життя людини, змінюючи спосіб, яким ми сприймаємо світ і спілкуємося з іншими [50, с. 112].

За Н. Шкворченко, Інтернет-дискурс – це форма комунікації, яка відбувається в онлайн-середовищі та має свої особливості порівняно з традиційними типами дискурсу. За вищезазначеними ознаками, можна виділити декілька характеристик Інтернет-дискурсу [22, с. 64]:

а) В першу чергу, він базується на цифрових сигналах як каналі спілкування, що відрізняє його від класичного дискурсу, де спілкування відбувається через вербальні і невербальні засоби. Такий перехід до цифрового середовища розширює можливості комунікації та надає нових форм інтерактивності.

б) Другою важливою характеристикою Інтернет-дискурсу є його віртуальність. Це означає, що учасники спілкування взаємодіють з уявними співрозмовниками, які можуть бути представлені у формі акаунтів, профілів чи інших віртуальних ідентифікацій.

с) Третім аспектом є дистантність, що передбачає розмежування в просторі та часі між учасниками дискусії. Інтернет дозволяє спілкуватися з людьми з усього світу без фізичної присутності, що збільшує масштаби комунікації та розширює горизонти дискурсу.

d) Четвертою характеристикою Інтернет-дискурсу є його опосередкованість, а саме використання технічних засобів для здійснення комунікації. Це можуть бути різні платформи, соціальні мережі, чати, форуми та інші середовища, які забезпечують взаємодію між користувачами.

e) П'ята характеристика – комбінація різних типів дискурсу. В Інтернеті можуть співіснувати різні стилі та форми мовлення, такі як науковий, діловий, інформаційний, аргументативний і багато інших, що дозволяє створювати багатогранний і різноманітний контент.

Зазначена у дослідженні комп'ютерна етика стає суттєвим фактором взаємодії учасників Інтернет-дискурсу. Це сукупність принципів і правил поведінки в онлайн-середовищі, що регулюють спілкування, конфліктологію, приватність та інші аспекти віртуальної комунікації.

У межах Інтернет-дискурсу спостерігаються численні засоби комунікації, які стали вже традиційними для цього середовища. До них належать [22, с. 65]:

a) «смайлики» – піктограми, які допомагають передавати різні почуття та емоції (:) – посмішка, що вказує на радість чи позитивне ставлення; :(– засмучене обличчя, що виражає сум чи незадоволення; :D – широка посмішка, що виражає радість чи захват.);

b) використання великої літери, яка може символізувати підвищений голос або емоційну акцентуацію («*I AM SO EXCITED to go to the concert tonight!*»);

с) скорочення, які є поширеними в мові Інтернету для швидкого інформаційного обміну (*LOL* – Laugh Out Loud; *BRB* – Be Right Back; *BTW* – By the Way; *OMG* – Oh My God).

Мова Інтернету включає як нейтральні засоби літературної мови, так і нелітературні мовні вирази, що наближають Інтернет-дискурс до мови публіцистики. Також властивими для цієї мови є створення нових слів, що базуються на

продуктивних словотворчих моделях [22, с. 65] («*selfie*» – поєднання слів «*self*» (себе) і «*photo*» (фотографія); «*vlog*» – поєднання слів «*video*» (відео) і «*blog*» (блог)), і виникнення нової лексики під впливом технічного (комп'ютерного) жаргону («*OMG! That concert was lit AF!*» (*OMG* – Oh My God; *AF* – As F*ck) – вираз емоційного захоплення після концерту).

Суттєвою характеристикою мови Інтернету є активне використання форм імперативу першої особи однини замість форми ввічливості у другій особі множини [22, с. 65] («*Come and check out our latest collection!*»). Це створює ближчий імперсональний тон комунікації та дозволяє створити ілюзію безпосереднього спілкування.

Загалом, мова Інтернет-дискурсу демонструє тенденцію до аграмматизмів («*OMG, I can't believe it! This is amazing!!!*»), тобто відхилення від синтаксичних та пунктуаційних норм літературної мови, а також використання емоційного синтаксису [22, с. 65] («*BRB, gotta go AFK for a while*». (*BRB* – Be Right Back; *AFK* – Away From Keyboard) – повідомлення про тимчасовий вихід з Інтернету), що додає текстам більшого емоційного виразності.

І. Шевченко стверджує, що дискурс може бути розглянутий з різних поглядів і класифікований на різні типи залежно від певних характеристик, що властиві цим типам комунікації. Такий підхід дозволяє краще розуміти різноманітність дискурсу, його засоби та мету, які можуть змінюватися залежно від контексту та специфіки комунікаційного акту [21, с. 232].

Інтернет-дискурс має багатогранну та різноманітну природу, яка ускладнює процес його класифікації і вивчення. В Інтернеті можна зустріти різноманітні поєднання жанрів та стилів, що виникають через широкий спектр комунікаційних можливостей та технологій. Такі особливості, як синхронність, велика кількість активних учасників та швидкість обміну інформацією, додають Інтернет-дискурсу нові виміри, що відрізняють його від звичайного способу спілкування [37, с. 9].

Типологія Інтернет-дискурсу видається різноманітною і динамічною, залежно від контексту та цілей користувачів. Гнучкість цифрового середовища дає можливість

створювати різноманітні тексти, адаптовані до потреб та уподобань цільової аудиторії [37, с. 10].

За каналом спілкування, Інтернет-дискурс може бути як письмовим (статті, чати, форуми), так і усним (аудіоматеріали). Цей вид дискурсу представляє собою поєднання віртуального та реального дискурсу, оскільки в Інтернеті присутні елементи дійсного світу, але спілкування відбувається дистанційно через глобальну мережу [3, с. 63].

Що стосується соціально-демографічних критеріїв, Інтернет-дискурс не може бути класифікований за такими параметрами, оскільки він орієнтований на різні соціальні групи, гендери та вікові категорії [3, с. 63]. Інтернет-дискурс стає універсальним середовищем, де будь-хто може брати участь у комунікації та обмінюватися ідеями незалежно від своєї соціальної приналежності.

Щодо класифікації жанрів Інтернет-дискурсу, Н. Шкворченко пропонує декілька типів, таких як [22, с. 166]:

а) Особистий дискурс, що стосується індивідуальних думок, вражень, досвіду та сприйняття користувачів. Це можуть бути особисті блоги, статуси у соціальних мережах та інші форми особистого вираження.

б) Політичний дискурс, що пов'язаний із змінами влади, політичними процесами, дискусіями про публічні питання. Це можуть бути політичні форуми, блоги політиків тощо.

в) Юридичний дискурс, що охоплює обговорення правових питань, юридичні консультації, аналіз законодавства тощо. Це можуть бути форуми юристів, блоги адвокатів тощо.

г) Діловий дискурс, що займається комунікацією з підприємствами, бізнес-партнерами, маркетинговими активностями та іншими аспектами бізнесу. Це можуть бути корпоративні веб-сайти, форуми для бізнесменів тощо.

д) Рекламний дискурс, що стосується рекламних повідомлень, просування товарів і послуг у мережі. Це можуть бути рекламні банери, соціальні медіа-реклами тощо.

f) Медійний дискурс включає обговорення медійних матеріалів, новин, відео, інтерв'ю та інші аспекти медіа-сфери. Це можуть бути коментарі до новин, дискусії про медійний контент тощо.

Крім цього, автор також виділяє жанри залежно від їхніх комунікативних та функціональних особливостей, такі як інформативний, директивний, комунікативний, презентаційний, естетичний та розважальний [22, с. 166]. Ці типи дозволяють розглянути Інтернет-дискурс як засіб передачі інформації, звертання до одержувача, комунікацію між користувачами, представлення контенту, створення художньо-естетичного враження, а також розважальний вимір онлайн-контенту.

Типологія Інтернет-дискурсу включає різноманітні форми комунікації, що активно використовуються в онлайн-середовищі. Основними жанрами Інтернет-дискурсу є електронна пошта (e-mail), чат, форум (віртуальна конференція), блог та соціальні мережі [38]:

a) Електронна пошта (e-mail) – це електронний засіб комунікації, що дозволяє обмінюватися повідомленнями та документами між користувачами поштових скриньок. E-mail використовується як для особистої, так і для професійної комунікації. Цей жанр Інтернет-дискурсу забезпечує приватність та можливість передачі інформації на великі відстані.

b) Чат – це миттєва онлайн-комунікація між користувачами за допомогою текстових повідомлень. Чати надають можливість спілкуватися в режимі реального часу, що робить їх популярним інструментом для швидкого обміну інформацією та думками.

c) Форум (віртуальна конференція) – це онлайн-платформа, де користувачі можуть створювати нові теми та відповідати на них. Форуми створюють віртуальні спільноти, де можна обговорювати різноманітні теми, висловлювати свої погляди та спілкуватися з іншими людьми, які мають спільний інтерес.

d) Блог – це особистий онлайн-журнал, де автор (блогер) публікує свої записи, статті, думки та ідеї на різноманітні теми. Читачі можуть залишати коментарі та взаємодіяти з автором. Блоги дозволяють людям висловлювати себе, ділитися досвідом та інформацією з аудиторією.

е) Соціальні мережі – це онлайн-платформи, де користувачі можуть створювати свої профілі, додавати друзів та обмінюватися повідомленнями, фотографіями та відео. Соціальні мережі є потужним інструментом для спілкування, обміну інформацією та зближення людей з усього світу.

Кожен з цих жанрів має свої унікальні характеристики та функції, що відповідають потребам різних видів спілкування. Інтернет-дискурс став основним каналом для обміну ідеями, знаннями, інформацією, а також платформою для формування віртуальних спільнот і розвитку культури взаємодії в цифровому світі.

Отже, Інтернет-дискурс є важливою складовою сучасної комунікаційної парадигми, що значно змінила спосіб взаємодії між людьми та поширила обмін інформацією на глобальному рівні. Поняття Інтернет-дискурсу не має однозначного визначення, але може розглядатися як комплексний обмін ідей, поглядів, думок та інформації, що відбувається у віртуальному просторі. Визначення Інтернет-дискурсу включає його гібридний характер, який об'єднує риси традиційних форм дискурсу (наприклад, письмової комунікації) з інноваційними інструментами та засобами, які надає онлайн-середовище.

Типологія Інтернет-дискурсу включає такі основні жанри, як електронна пошта, чат, форум, блог та соціальні мережі. Кожен з них має свої унікальні риси та функції, що визначають його роль у сфері онлайн-комунікації.

Інтернет-дискурс став не тільки платформою для обміну інформацією, а й важливим соціокультурним явищем, що впливає на формування суспільної свідомості, ідентичності та взаємодії.

2.2. Блог як елемент Інтернет-дискурсу

Блоги є одним із найвизначніших та популярних елементів Інтернет-дискурсу, що активно впливають на спосіб, яким люди спілкуються та обмінюються інформацією в онлайн-середовищі.

Термін «блог» виник на початку Інтернет-епохи і спочатку використовувався для опису діяльності, пов'язаної з публікацією посилань та коментарів на Інтернет-

сторінках користувачів. Звідси і походить назва «веб-лог», яка скоротилась до «блог». З плином часу термін став використовуватись для позначення Інтернет-журналів, де люди можуть публікувати свої думки, статті, фотографії та відео, що привело до широкого поширення цього жанру в Інтернеті [27].

За Б. Нерді, блог – це веб-сайт, на якому автор(и) розміщують свої записи у вигляді датованих мультимедійних повідомлень, які впорядковані у зворотньому хронологічному порядку. Він представляє собою інструмент для вираження особистих думок, ідей, аналізу різних тем та спілкування з аудиторією. Блоги дозволяють авторам створювати власний онлайн-профіль та будувати мережі спілкування з іншими людьми, створюючи віртуальні спільноти з подібними інтересами [51, с. 41].

В англomовних словниках зустрічаються наступні визначення блогу:

По-перше, блог визначається як «веб-сторінка, створена для інформування про певну тему, на якій нова інформація завжди розташована на початку сторінки» [79, с. 142]. Це означає, що блоги зазвичай представляють собою Інтернет-журнали або онлайн-дайджести, де автори публікують нову інформацію, статті, думки тощо на початку сторінки, а старіші записи зсуваються вниз, формуючи хронологічний ланцюжок дописів.

По-друге, блог описується як «біографічний онлайн-журнал: тип днівника на веб-сайті, який постійно оновлюється для повідомлення про найсвіжіші новини. У той же час сторінка зазвичай містить особисту думку, коментарі або враження когось» [80, с. 145]. Це означає, що блог може функціонувати як особистий журнал, де автор веде записи про свої думки, події, враження та досвід, а також додає новини та коментарі до певних тем.

Згідно з дослідженням С. Герінг, блоги є часто змінюваними веб-сторінками, на яких записи датовані та впорядковані в зворотньому хронологічному порядку. Вони стають все більш популярною формою комунікації в Інтернеті [41].

Блог можна розглядати як дискусію, бесіду та обмін думками, що відбуваються у віртуальному просторі. Він створює можливість для людей висловлювати свої погляди, спілкуватися з іншими та будувати свої ставлення до різних тем. Через

коментарі та взаємодію зі своїми читачами, блогери формують свої позиції та допомагають виникненню цікавих дискусій [25].

Автори блогів мають більш широкі можливості для передачі своїх думок, ідей та емоцій, порівняно з іншими формами письмової комунікації. Вони можуть використовувати не лише слова, а й різноманітні невербальні засоби, що допомагають краще зрозуміти їхній настрій, ставлення та наміри [39, с. 80]. Так, у відео-блоггах, автори можуть використовувати жести та вирази обличчя, щоб підкреслити свої думки та емоції, що робить сприйняття контенту більш насиченим і живим. В подкастах, інтонація та паузи можуть додавати емоційного виразу до викладу теми. Також, використання візуальних елементів, таких як фотографії, графіка або відео-матеріали, допомагає зробити інформацію більш зрозумілою та привабливою для аудиторії.

Блоги можна розглядати як унікальний формат Інтернет-дискурсу, де автори мають відкритий доступ до публікації своїх думок, ідей, інформації та іншого контенту. Це незвичайний жанр Інтернет-комунікації, що існує лише у віртуальній реальності, тому блоги адресовані всім і водночас нікому [32, с. 292]. Тобто автори блогів мають можливість висловити себе та поділитися своїм досвідом з аудиторією, яка може бути досить широкою та різноманітною.

Ф. Тірадо стверджує, що блог – це не просто онлайн-журнал або платформа для публікації контенту. Він виступає як особлива форма Інтернет-дискурсу, де автор має можливість не тільки висловлювати свої думки та ідеї, але й активно впливати на сприйняття цих думок іншими [63].

Блог має епістолярне походження, що означає, що він базується на жанровій моделі «класичного» щоденника. За основу блогосфери лежить жанр щоденника, який традиційно використовувався для особистого запису думок, спостережень та подій. Однак, блоги розширили і змінили цю модель, переносячи її в онлайн-середовище та додавши нові можливості для інтерактивності та взаємодії з аудиторією [2, с. 4].

Авторські блоги можна розглядати як цінний канал вираження особистої ідентичності та спілкування зі світом навколо. Коли автори публікують свої особисті

наративи, вони надають можливість читачам поглибити своє розуміння автора, їхніх думок та життєвих поглядів. Блоги допомагають створювати відчуття зв'язку між автором та аудиторією, сприяють формуванню віртуальної спільноти, де можливо обговорювати подібні інтереси та ділитися досвідом [49]. Таким чином, блоги як елемент Інтернет-дискурсу виступають як потужний засіб взаємодії, сприяючи взаєморозумінню та взаємодії між людьми в онлайн-середовищі. Вони створюють можливість для самовираження, розкриття особистості, а також активно впливають на формування ідентичності в цифровому просторі.

Блоги, як елемент Інтернет-дискурсу, можна характеризувати за чотирма основними рисами [44, с. 521]:

а) Блоги переважно засновані на тексті (хоча графічні додатки стають все більш поширеними). Це означає, що основний контент блогів представляється у вигляді текстових повідомлень, де автори висловлюють свої думки, ідеї, досвід та знання.

б) Записи у блогах відображаються у зворотному хронологічному порядку, тобто найновіші публікації розміщуються на першому місці, а раніше опубліковані записи зберігаються в архіві. Це дозволяє читачам легко знаходити найсвіжіші матеріали та переглядати історію блогера.

в) Блоги активно оновлюються. Тобто їх автори регулярно публікують нові записи, оновлюючи контент інформацією про свої думки, події, новини або іншу актуальну інформацію. Частота оновлень залежить від конкретного автора, але постійне оновлення є важливою характеристикою блогів.

г) Блоги містять посилання на інші веб-сайти. Один з важливих аспектів блогів – це можливість вставляти посилання на сторонні ресурси або інші блоги, що допомагає додатково підтримати або обґрунтувати думки автора, а також рекомендувати інтересні матеріали для читачів.

Так, блоги представляють собою важливий елемент Інтернет-дискурсу, який характеризується текстовою орієнтацією, зворотним хронологічним порядком відображення записів, активним оновленням та наявністю посилань на інші веб-

сайти. Ці основні риси роблять блоги потужним інструментом для висловлювання думок, обміну інформацією та формування дискусій у цифровому просторі.

Основною характеристикою блогів як форми Інтернет-комунікації є їхній діалогічний характер, що відображається в структурі блогу та надає можливість користувачам залишати коментарі [34, с. 153-154]. Це означає, що блоги забезпечують більш прямий та взаємодійний зв'язок між авторами та читачами. Користувачі можуть не тільки споживати інформацію, а й активно взаємодіяти з автором через коментарі, виражати свою думку, задавати питання та обговорювати теми, що порушуються у блозі. Ця двостороння комунікація створює сприятливі умови для формування відкритого та різноманітного дискурсу між учасниками.

К. Хоффман виділяє три основні патерни взаємодії в особистих блогах [43, р. 211-212]:

а) У першому патерні блогер виступає ініціатором та основним постачальником контенту. Він створює і публікує свої записи, думки, ідеї та інформацію для широкої аудиторії читачів. Цей тип взаємодії активно використовується, коли блогер хоче висловити свою думку, розповісти про свій досвід, поділитися знаннями або впливати на громадську думку.

б) У другому патерні читачі вступають у взаємодію з блогером, залишаючи коментарі під його записами. Таким чином, вони реагують на його контент, висловлюють свої думки, ставлять запитання або діляться власним досвідом. Цей тип взаємодії забезпечує взаємодію між автором та аудиторією, допомагаючи залучати увагу, зрозуміти позицію читачів та реагувати на їхні потреби.

в) Третій патерн відзначає взаємодію між читачами блогу без прямої участі блогера. Він виникає, коли читачі обговорюють контент, що був опублікований, обмінюються думками, досвідом чи інформацією між собою. Цей тип взаємодії сприяє формуванню віртуальних спільнот, де люди зі схожими інтересами об'єднуються та активно спілкуються.

Специфічність блогів полягає також у їхній довжині та зв'язку з соціальними медіа. Блоги на платформах соціальних медіа часто є коротшими, чим звичайні блоги, і відображають звичайні події та мікроісторії, що зближують авторів та читачів у

цифровому просторі. Дослідження типів малих історій (small stories) у соціальних медіа показує, що вони можуть поєднувати різні жанри і спричиняти різні емоційні реакції у аудиторії [36]. Вони можуть бути жартівливими, рекламними, інформаційними та іншими. Крім того, елементи однієї історії можуть з'являтися в кількох різних постах, тим самим створюючи зв'язок між ними [38, с. 94].

Звідси можна зробити висновок, що блоги є дуже різноманітним інструментом Інтернет-дискурсу, який дозволяє користувачам спілкуватися, обмінюватися інформацією та створювати різноманітні історії з різними цілями та ефектами.

Блоги у віртуальному дискурсі використовуються як засіб самопрезентації лінгвістичної ідентичності. Вони дозволяють користувачам вільно виражати свої думки, показувати свою ідентичність та впливати на інших учасників віртуальної взаємодії [59, с. 139].

Блоги, як елемент Інтернет-дискурсу, мають особливий характер віртуальної комунікації. Створення специфічного комунікаційного середовища, яким є віртуальний чи електронний простір у блозі, призвело до появи специфічної лінгвістичної ідентичності, яку Д. Крістал назвав «віртуальною лінгвістичною ідентичністю». Ця наративна «маска» є єдиним способом моделювання особистості в процесі віртуального спілкування за умов анонімності та відсутності особистих контактів [30, с. 87].

Засоби самопрезентації лінгвістичної ідентичності включають вибір ніку (імені користувача), аватара (маленького зображення, що візуально представляє віртуальну лінгвістичну ідентичність), підпис (супровідне повідомлення, яке супроводжує повідомлення), особисту сторінку або блог, створені користувачами Інтернету, а також вербальну поведінку в процесі спілкування. Головною метою такої самопрезентації віртуальної лінгвістичної ідентичності є зосередження уваги партнерів зв'язку на позитивних сторонах своїх характерних особливостей і якостей [59, с. 139].

Мова Інтернет-дискурсу, зокрема у блогах, має більш активний та впливовий характер. Блогери створюють контент, який не лише передає інформацію, а й спрямований на залучення уваги та створення емоційного зв'язку з аудиторією [58].

Вони використовують різні техніки та прийоми, щоб здобути довіру та підтримку своїх читачів, а також переконати їх у своїх поглядах або переказати певну інформацію у сприйнятній для них формі.

Блоги, як елемент Інтернет-дискурсу, мають унікальну особливість – мультимедійність, що дає їм можливість використовувати кілька семіотичних систем одночасно. Це означає, що у процесі спілкування автори блогів можуть комбінувати різні медіа-формати, такі як візуальний контент, звукові елементи та вербальний текст, щоб доносити свої думки та ідеї до аудиторії [55, с. 232].

Мультимедійність блогів може проявлятися у використанні графічних елементів, малюнків, фотографій та анімації, що допомагає зробити контент більш привабливим та зрозумілим. Комбінація вербального тексту з невербальними компонентами дозволяє передати інформацію з більшою ефективністю та емоційністю [60, с. 57].

Успішний розвиток блога та підтримання інтересу аудиторії залежить від ефективного та точного використання цих стратегій та ресурсів [67]. Правильний підбір мовних засобів, стилістичних прийомів, а також використання різноманітних мультимедійних можливостей грають ключову роль у залученні читачів та побудові взаємодії з ними.

Блоги представляють особливий сегмент Інтернет-дискурсу. Вони є особистими онлайн-журналами, де автори можуть поділитися своїми думками, ідеями, досвідом та знаннями з аудиторією. Використання мови в блогах може бути більш неформальним та особистим, адже це сприяє побудові ближчого зв'язку між автором та читачами [64].

Таким чином, блоги є ключовими складовими Інтернет-дискурсу, а їхній вплив в сфері онлайн-комунікації значно перевищує просто створення контенту. Блогінг є процесом взаємодії, де блогери та їхні читачі обмінюються думками, коментують записи та спілкуються через віртуальні платформи. Ця активна взаємодія створює унікальну атмосферу дискусії, що сприяє висловленню різноманітних поглядів та точок зору.

Крім того, блоги виступають не лише як елемент Інтернет-дискурсу, але й як суттєвий фактор у формуванні онлайн-культури та зміцненні взаємодії між користувачами. Цей жанр комунікації допомагає створювати відкрите та сприятливе середовище для обміну думками, поглядами та ідеями, що робить блоги важливим елементом сучасного Інтернет-простору.

2.3. Гендерні аспекти блогів

Гендерна проблематика стала актуальною та розглядається в контексті різних сфер суспільства, а блогінг не є винятком. Визначальні гендерні ролі та стереотипи у суспільстві впливають на зміст та стиль блогів, що створюється різними гендерами. Важливо розуміти, які впливи формують інформаційне середовище блогінгу та чи існують різниці в підходах чоловіків та жінок до створення контенту.

Гендерні відносини відображаються в мові через культурно зумовлені стереотипи, які впливають на наше мислення, сприйняття та взаємодію з іншими. У сфері блогінгу ці стереотипи можуть впливати на зміст і стиль блогів, вибір тем та формулювання повідомлень. Таким чином, гендерні відносини відображаються в мові блогів, визначаючи їхню специфіку та характер [9, с. 285].

Відзначається, що спілкування на різних Інтернет-ресурсах має свої особливості, обумовлені їх технічними характеристиками. Зокрема, зазначається, що тип Інтернет-спілкування впливає на вираз гендерних особливостей мовлення користувачів [42, с. 24-25]. Наприклад, у блогах користувач має можливість ретельно обмірковувати свій пост, редагувати його перед публікацією, що дозволяє створити більш вдумливий та продуманий текст.

Гендерні аспекти блогів – це важлива тема, що розкриває різницю у стилі, змісті та підходах до блогінгу між чоловіками та жінками. Згідно з дослідженнями, гендерні відмінності відображаються у лексичних та фонетичних особливостях мовного виразу у блогах обох статей.

Серед гендерних особливостей, виявлених у мовленні жінок у блогах, можна виділити наступне [9, с. 286-289]:

a) Використання зменшувальних форм слів та приблизних позначень («*I absolutely loved the movie! It was super cute and had so many great moments!*»);

b) Висока концентрація емоційно-оцінних слів у текстах («*I was extremely excited about the new book release. It's absolutely brilliant!*»);

c) Вживання іменників, прикметників та прислівників, що виражають загальну позитивну оцінку («*I had an incredible vacation in that beautiful paradise island!*»);

d) Вираження своїх емоцій інтонацією, що може бути відтворена за допомогою пунктуації та смайлів («*I'm feeling a bit under the weather today...*»).

З іншого боку, в мовленні чоловіків у блогах спостерігаються наступні риси [9, с. 286-289]:

a) Використання лексичних засобів для вираження емоцій рідше, але чоловіки бивають набагато креативнішими та винахідливішими у виразі своїх думок («*The latest technology trends are mind-blowing! It's fascinating how they revolutionize our lives.*».);

b) Використовування стилістично нейтральної оцінної лексики, експресивних, зазвичай стилістично знижених засобів та активне використання професійних термінів поза сферою професійного спілкування («*The experiment results were quite encouraging, which is a positive sign for further research.*».);

c) У писемному мовленні чоловіків частіше використовують підрядний зв'язок, рідше вживаються неповні речення й еліптичні конструкції, і рідше зворотний порядок слів («*When I examined the data, I discovered a pattern that was worth exploring further.*».).

Гендерні відмінності у мовленні також стосуються словникового складу, семантичних полів та асоціативних рядів. Мовлення жінок більше за чоловіків зосереджене на внутрішньому світі та емоціях, що відображається у більшому вживанні слів, що описують почуття [9, с. 289].

Гендерні аспекти у світі блогів, за С. Новсоном, виявляють різницю у стилі письма та мовних особливостях між чоловіками та жінками. Жінки, як правило, віддають перевагу більш емоційному та прямому способу висловлювання,

використовуючи слова, що відображають їхні соціальні переживання та фізичний стан. Чоловіки, зі свого боку, більше сконцентровані на зовнішніх темах і можуть використовувати менш експресивну мову [52]. Ці різниці у стилі та мовних засобах можуть бути пов'язані зі специфічними стереотипами та гендерними ролями у суспільстві, а також індивідуальними особливостями комунікації.

Дослідження гендерних аспектів у світі блогів показало, що жінки використовують специфічні мовні конструкції, щоб створити образ сильних та самодостатніх особистостей. Зміни в іміджі жінок у блогінгу дозволяють покращити їх сприйняття та визнання, а також сприяють гендерній рівності в Інтернет-дискурсі [35]. Проте, Г. Гарсія стверджує, що імідж жінок у світі блогів зазнав певних змін, особливо щодо їхніх комунікативних та взаємовідносинних навичок. Зміни в іміджі сприяють покращенню сприйняття та сприяють зміцненню гендерної рівності, допомагаючи подолати стереотипи, пов'язані з жіночою комунікативною поведінкою [65].

Отже, гендер є важливим фактором у формуванні Інтернет-дискурсу. Врахування гендерних аспектів у блогінгу дозволяє зрозуміти, як різні гендери використовують цю форму комунікації для вираження своїх поглядів та ідентичності. Вивчення цих особливостей допомагає розширити розуміння комунікаційних процесів у цифровому просторі.

Таким чином, вивчення гендерних аспектів у світі блогів підкреслює значущі різниці в підходах та комунікаційних звичках між чоловіками та жінками в цифровому просторі. Залучення гендерного дослідження у блогінгу сприяє глибшому розумінню ролі статі у формуванні контенту та взаємодії з аудиторією. Дослідження гендерних аспектів у світі блогів підкреслює значимість розуміння впливу статевих ролей на формування контенту та взаємодію в онлайн-середовищі.

РОЗДІЛ 3

ПОРІВНЯННЯ ОСОБЛИВОСТЕЙ МОВНОГО ВИРАЖЕННЯ ГЕНДЕРУ В АНГЛОМОВНИХ БЛОГАХ ДЛЯ ЖІНОК ТА ЧОЛОВІКІВ

3.1. Лексичні особливості вираження гендеру

Лексика відіграє ключову роль у формуванні сприйняття, побудові образів і передачі стереотипів, пов'язаних із статевою приналежністю. Враховуючи, що суспільні стереотипи та культурні уявлення щодо ролей чоловіків та жінок можуть впливати на мовлення, важливо розглядати специфічне вживання слів у контексті гендерних переконань. Для аналізу були використані дописи популярних англомовних блогів для різних гендерних груп.

У популярному жіночому блозі «Marie Forleo», можна виявити деякі лексичні особливості вираження гендеру. Перш за все, автор активно використовує інтимні привітання, які створюють атмосферу теплоти та близькості з читачем. Вона часто застосовує неформальний стиль лексики, який відповідає інформальному тону розмови з друзями або близькими. Наприклад, авторка використовує слова «*folks*», «*shitastic*», «*goofy antics*», «*heya*» тощо [68]. Це здебільшого характерно для розмовного стилю, що дозволяє автору створити співчутливий та привітний відтінок комунікації зі своїми читачами і є характерним для мови жінок.

Також у блозі можна побачити вживання слів і з позитивним значенням фраз, які підкреслюють хороший настрій, активність та енергію. Слова «*passion*», «*dream*», «*meaningful action*», «*joyful*», «*prosperous*», «*creative potential*» [68] та інші допомагають створити позитивне сприйняття тексту та підтримують мотивацію читачів. Крім того, використання позитивно забарвлених прикметників для опису бажаного стану життя відображає цінності жіночої аудиторії («*joyful, prosperous, freedom-rich life*» [68]).

У зазначеному жіночому блозі також присутні слова, які підкреслюють самовизначення та індивідуальність авторки, наприклад «*Multipassionate*

Entrepreneur», «*unconventional box*»[68]. Це спонукає читачів відкриватись для своїх унікальних ідей і не боятися відходити від традиційних шаблонів.

Загалом, даний пост блогу використовує лексичні засоби, що надають йому особливий, привітний і співчутливий характер. Авторка звертається до своїх читачів з душевністю і емоційно залучає їх до своїх ідей, мрій та цілей, спонукаючи до позитивних змін і самореалізації.

У іншому дописі даного блогу також можна виділити декілька лексичних особливостей, які виражають гендер. Так, авторка використовує займенники «*I'm Marie*» та «*you*», а також звертання «*Hi!*» та «*XO*» [77], що підкреслюють особистий характер спілкування та адресуються безпосередньо до читачів.

Крім того, вона наголошує на тому, що є унікальною і прагне допомогти читачам реалізувати свої таланти та потенціал, використовуючи такі фрази, як «*You have gifts to share with the world*» і «*design a business to fit your unique dreams, personality, and goals*» [77].

Також авторка активно використовує такі слова, як «*business*», «*profits*», «*scale*», «*entrepreneurial*», «*B-School*», [77] що пов'язані з підприємницькою діяльністю, підсилюючи тему успішного розвитку бізнесу.

Блогерка стимулює читачів до дії, використовуючи слова з позитивним значенням, такі як «*boost*», «*joyful*», «*unique dreams*», «*support*», що підтримує мотивацію і позитивний настрій.

Варто зазначити, що авторка завершує текст побажанням успіху та надає читачам підтримку, наприклад, «*Remember, you don't need to fit into anyone else's mold for success except yours. I'm here to support you*» [77].

Ці лексичні особливості допомагають створити позитивний, мотивуючий та особистий стиль спілкування, звертаючись до індивідуальності читачів, їх потенціалу та мрій, що підсилює вплив тексту на аудиторію.

В іншому дописі блогу «*Marie Forleo*» авторка також використовує займенники «*you*» і «*your*» для звернення до своєї аудиторії [69]. Також у тексті використовуються слова «*bravest*», «*tough*», «*invest*», «*strong*» і «*biggest*» [69], що підкреслюють

важливість і силу дій, пов'язаних із зверненням за допомогою та розвитком міцних бізнес-відносин.

Авторка також використовує присвійні прикметники «*your community*», «*your relationships*» та «*your big dreams*» [69], наголошуючи на індивідуальних зв'язках та особистих аспектах успіху.

Важливо, що вона використовує слово «*folks*» для звернення до членів своєї аудиторії. Це слово є неформальним та дружнім, створюючи більш теплу та доброзичливу атмосферу. Також блогерка використовує емоційно-забарвлені лексеми, такі як «*angel*» і «*miracle*», для опису важливості підтримки та допомоги в житті і бізнесі [69]. Вони створюють образ божественної допомоги і підсилюють ідею про значущість спільноти і взаємодії.

У кінці тексту авторка використовує «*XO*» [69], що є скороченням від «*hugs and kisses*». Це створює позитивний та теплий настрій, підкреслюючи підтримку та приязність.

В іншому дописі блогерки також активно використовується звертання «*you*» [78], що надає тексту особистісний характер і створює враження прямого спілкування з аудиторією. Авторка ставить читача в центр уваги та дотримується жіночої комунікативної стратегії, що забезпечує емоційний контакт і надання підтримки.

У тексті також використовуються емоційно забарвлені слова та вирази, такі як «*exhausted*», «*burnt out*», «*passion*», «*joyful*», «*terrifying*», «*beautiful*» [78], що створюють враження співпереживання та розуміння емоцій читача.

Цікаво, що авторка використовує скорочення слів, такі як «*don't*», «*you're*», «*can't*» [78], що є типовим для неформальної комунікації та сприяє створенню ближчого зв'язку з аудиторією, а використання мотивуючих словосполучень «*more beautiful than you can imagine*» та «*take it easy*» [78] підсилюють позитивний настрій та підтримують оптимістичну атмосферу.

Так, блогерка вдається до мовних засобів, які акцентують увагу на особистому досвіді та емоційних переживаннях, що є типовим для жіночої мови.

В наступному тексті блогу також використовуються звертання до аудиторії, такі як «*you*», «*your*» та «*yourself*» [71]. Це допомагає залучити увагу читачів та створити особистий зв'язок з ними.

Авторка також використовує неформальні словосполучення, такі як «*Now what?*», «*let's turn this insight into action*» та «*make sure you grab your copy*» [71]. Це сприяє більш дружньому та розмовному тону мовлення.

Крім того, блогерка виявляє розуміння до ситуації читачів, надаючи підтримку у вирішенні їхніх проблем. Вона зазначає, що великі зміни у житті можуть викликати почуття страху та неясності та спонукає читачів писати свої бажання, незважаючи на те, наскільки вони можуть здаватися нездійсненними або нереальними.

Авторка використовує словосполучення із емоційним забарвленням, такі як «*daunting dilemma*», «*scary and overwhelming*», «*fun and exciting*» та «*personal breakthroughs*» [71], щоб передати різні емоційні стани та реакції на нові можливості.

В іншому дописі авторка також намагається налаштувати особистий контакт з читачами, звертаючись до них безпосередньо за допомогою займенників «*you*» та «*your*» [81]. Цей підхід створює близький зв'язок між Маріє та її читачами, враження особистого спілкування, що може надихати та мотивувати аудиторію до активних дій.

У блозі поширено вживання слів, що спонукають до успіху та розвитку, наприклад «*big dreams*», «*achieve your dreams*», «*next level of success*», «*financial plateau*», «*reaching your full potential*», «*capacity for success*» [81]. Така лексика стимулює амбіції та прагнення до досягнень, сприяє формуванню позитивної мотивації у читачів.

Окрім того, Маріє звертається до стосунків та кохання, ділиться особистим досвідом у цій сфері, що надає блогу більш інтимного та жіночого характеру. Це дозволяє зблизитись з аудиторією, створює додаткову довіру та емоційний зв'язок. Емоційно забарвлені слова та фрази, такі як «*nasty, deep-seated fears*», «*trapped in prisons of our own making*», «*deserve it all*» [81], дозволяють будувати емоційний контакт з аудиторією, стимулюють читачів до роздумів та переосмислення своїх поглядів.

Авторка також активно використовує заклики до дії, надихаючи читачів до змін і особистого росту. Вона закликає «*release any limiting belief*» і «*get real, honest, and curious with yourself*» [81]. Ці заклики активізують аудиторію та стимулюють до впровадження позитивних змін у житті.

Також слід відмітити використання підсилюючих висловів у блозі, таких як «*super common*», «*three simple steps*», «*100% risk-free*» [81]. Вони допомагають підкреслити важливість та доцільність запропонованих ідей та рекомендацій.

Загалом, лексичні особливості у жіночому блозі «Marie Forleo» допомагають підтримувати мотиваційний та надихаючий характер тексту, зміцнюють емоційний зв'язок з аудиторією та сприяють розвитку успішної особистості.

У блозі «Cup of Jo», а саме у дописі «Five Pick-Me-Ups» також виявляються деякі лексичні особливості, які можуть вважатись типовими для жіночої мови.

Так, використання виразів «*you guys*», «*made me smile*» і «*beyond endearing*» [74] надає тексту співчутливий і невимушений характер, що характерне для жіночої комунікації.

Авторка також використовує ласкаві слова «*sweet*», «*beloved*», «*endearing*» та «*effortlessly lovely*» [74], що додає тексту тепла та турботи.

Використання неформальної мови («*хохохохохох*») [74] та мотивуючих образних висловів, таких як «*trying to stiff-upper-lip my way through our divorce*», «*trying our best*» [74], додає тексту емоційності та емоційного зв'язку з читачами.

Також авторка висловлює співчуття читачам, посиляючись на емоційний ефект, наприклад, «*Hope your barrel-swerving is going okay, too!*», «*So much love to you, always*» [74].

Ці лексичні особливості допомагають зміцнити жіночу ідентичність блогу, підкреслити особистий погляд авторки і створити теплу, підтримуючу атмосферу для читачів.

В іншому дописі блогу «Four Fun Things» також виявляються лексичні особливості вираження гендеру.

Так, авторка часто використовує прикметники «*pretty*», «*romantic*», «*cool-seeming*» [75]. Використання прикметників, які описують зовнішність, створює

жіночий тон та акцентує увагу на емоційному багатстві описуваного. Також блогерка вживає словосполучення із описом стилю: «*elbow-length sleeves*», «*cotton, ribbed and crewneck*» [75], що робить текст більш жіночним та додає звучності.

Використання особистих займенників першої особи («*I*», «*my*» [75]) підкреслює особисті емоції та досвід авторки тексту, що є типовим для жіночих блогів.

Використання емоційних висловлювань («*my jaw dropped*», «*I'm looking forward to trying*», «*I love the idea*» [75]) підсилює емоційний настрій тексту та надає йому жіночого шарму, а вживання слів, що створюють образи та асоціації, робить текст більш експресивним та живим («*daring rescue*», «*claustrophobe*», «*friend date*» [75])

Ці лексичні особливості роблять текст більш виразним, емоційним та сприяють формуванню жіночого стилю вираження гендеру в блозі «*Cup of Jo*».

Лексичні особливості вираження гендеру у чоловічому блозі були досліджені на матеріалі блогу «*Chris Guillebeau*». Так, у дописі з назвою «*Winners Give Up All The Time*» виявляється вживання стверджувальних фраз та використання «прагматичного» підходу: «*Real winners don't hesitate to walk away from an unsuccessful venture*», «*To win, sometimes you need to find a new game to play*» [84] – таке вживання лексики з підкресленням успіху підтверджує цінності та цілі, які часто асоціюють з чоловічою мовою.

Іншою характеристикою є вживання аналогій та доповнень до загальноприйнятих тверджень: «*Even mice in a maze will learn to adapt and attempt different solutions if they hit that same dead end enough times*» [84] – такі порівняння допомагають пояснити свої ідеї та дійти до конкретних висновків.

Також автор використовує активні, мотиваційні фрази «*You should regroup and try something totally different*», «*it's okay to quit*» [84] – таке вживання лексики надає активності та рішучості виразу, що характерно мові чоловіків, проте може використовуватись і у жіночих блогах.

Ці лексичні особливості вираження гендеру впливають на стиль та характер комунікації в чоловічому блозі, роблячи його більш насиченим, емоційним та мотивуючим до дій.

У дописі «Did You Do Everything You Could?» автор використовує активні дієслова та вирази, які підкреслюють рішучість та енергію: «*published*», «*did 30 days of YouTube Live*», «*got a positive review*», «*move forward*», «*do your best*» [73]. Чоловічий стиль мовлення часто характеризується активним підходом до досягнення мети та здійснення дій.

Також автор наводить конкретні деталі про свій досвід, такі як дати («*April 7th*»), кількість інтерв'ю («*more than ten on A-list shows*»), та результати («*positive review in The New York Times*») [73]. Використання фактів допомагає зробити текст більш переконливим та авторитетним.

Автор звертається до читачів безпосередньо, використовуючи займенник «you»: «If you're the kind of person who worries», «You're evaluating the one thing that's within your control!» [73]. Це допомагає залучити читача до думок та ідей автора.

Використання виразів стосовно самооцінки: Автор використовує фрази, що стосуються оцінки своєї праці та дій: «*did pretty much everything I could*», «*You did your best!*» [73]. Висловлення таких думок підкреслює важливість самооцінки та осмислення власних зусиль. Блогер також активно використовує займенник «I» [84], щоб розповісти про свій особистий досвід та думки. Це допомагає створити особливий зв'язок з аудиторією та зробити текст більш особистим.

Автор використовує фрази, які є загальноприйнятими і часто зустрічаються в мові: «*let it go*», «*do your best*» [73]. Такі вирази зрозумілі багатьом читачам і допомагають підкреслити цілеспрямованість та наполегливість.

Ці лексичні особливості допомагають створити живий, енергійний і автентичний стиль мовлення в чоловічому блозі, що сприяє переконанню читачів та ефективному спілкуванню із ними.

У дописі «This «1-3-5 Rule» Can Completely Change Your To-Do List» автор використовує дієслова та іменники, що підкреслюють активний підхід до досягнення цілей, наприклад: «*have*», «*try*», «*get everything accomplished*», «*burn out*», «*end up*», «*knock off the list*», «*get to work*» [82]. Ці слова створюють враження наполегливості та визначеності в діях.

Вживання фраз з емоційним забарвленням: Автор використовує вирази, які передають емоційне забарвлення, такі як «*burn out*», «*end up feeling further behind*», «*It's important to make progress on big things*» [82]. Ці фрази надають тексту емоційного заряду та переконливості.

Крім того, блогер звертається до читачів за допомогою займенника «*you*», що залучає аудиторію до обговорення теми з власної перспективи.

Автор також використовує фрази, що стимулюють читачів до дії, наприклад: «*Here's the strategy:...*», «*Then get to work!*» [82]. Це допомагає активізувати аудиторію та залучити її у процес розв'язання проблеми.

Важливо зазначити, що текст містить загальноновживані слова та фрази, які легко сприймаються аудиторією, такі як «*to-do list*», «*master list*», «*big thing*», «*small thing*», «*get to work*» [82]. Це робить текст зрозумілим та доступним для широкого загалу читачів. Крім того, автор використовує неформальну лексику та сленгові вирази, наприклад: «*stumble on*», «*pick one big thing*» [82]. Це додає тексту живості та неформальності.

Ці лексичні особливості виявляють чоловічий стиль мовлення, який передає активний підхід до комунікації, але, крім того є емоційним, що характерно мові жінок.

Лексичні особливості вираження гендеру в чоловічому блозі Chris Guillebeau «*How to Get Better At Saying No*» проявляються через використання деяких словосполучень та лексичних одиниць, характерних для чоловічої мови. Так, автор використовує активні дієслова, що спонукають до дії, такі як «*say no*», «*improve*», «*start declining*», «*get more done*», «*backed down*» тощо [76]. Вони передають рішучість та впевненість у висловлюваннях та наголошують на дії, яку читачам необхідно виконати. Також у тексті зустрічаються слова, що вказують на бажання контролювати свій час та ресурси і також спонукають до дії, наприклад «*control over your time*», «*have more control*», «*improve your ability to say no*» [76]. Це передає бажання автора бути самостійним та розпоряджатися своїм життям.

Також блогер використовує слова, що підкреслюють його рішучість прийняти рішення та бути впевненим у своїх діях, наприклад «*challenge*», «*trick*», «*obvious*

suggestion», «*the struggle is real*» [76]. Такий підхід сприяє створенню іміджу сильної особистості, яка вміє приймати важливі рішення.

Цікаво, що у тексті можна знайти метафоричні вислови, такі як «*my plate is full*», «*get more done*», «*breathing room*», «*struggle is real*» [76]. Вони роблять мовлення більш емоційним та додають образності.

Автор також використовує багато заперечних слів: «*no*», «*unable to accept*», «*decline*», «*can't do it*», «*I don't think I would do a good job with this thing you're asking me*», «*Sorry, can't do it*» [76] для вираження своєї відмови та незгоди з певними пропозиціями. Використання таких слів допомагає чітко висловити свою позицію.

Усі ці лексичні особливості відповідають типовим рисам мовлення чоловіків, які, як правило, більш рішучі та активні у вираженні своїх думок та позицій. Автор намагається заохотити читачів бути впевненими у своїх силах, контролювати своє життя та здійснювати важливі рішення для досягнення більшої ефективності та продуктивності.

У дописі «*Beyond Perfect*», також спостерігається використання певних лексичних особливостей, які можуть бути типовими для мовлення чоловіків, наприклад, автор часто наводить конкретні приклади зі свого досвіду та життя, щоб підтвердити свої ідеї та думки, що є характерною рисою вираження в чоловічому мовленні.

Також блогер часто звертається до свого власного досвіду та думок, використовуючи займенник «*I*» [70] що вказує на особистий підхід і переживання, які можуть бути характерними для чоловічої мови.

Ці лексичні особливості можуть підкреслювати характеристики мовлення чоловіка, такі як активний підхід до вирішення завдань, прагматичність, фокус на покращенні та надання персонального досвіду для підтримки ідей.

В іншому дописі автор цитує відому фразу, приписуючи її Альберту Ейнштейну, хоча вона, ймовірно, є апокрифічною «*The definition of insanity is doing the same thing over and over and expecting different results.*» [83]. Це властиво для чоловічого мовлення, яке часто використовує цитати та афоризми для підкріплення своїх думок та ідей, роблячі їх більш конкретними.

Автор також робить акцент на практичні аспекти проблеми і надає конкретні приклади, спонукаючи до дії. Він використовує слова «*try something new*», «*switch up the tactic*», «*adapt*», «*repeating failures*», «*try again in a different way*» [83], що характерно для чоловічого стилю мислення, зосередженого на розв'язанні завдань та досягненні результатів.

Автор використовує слова «*insanity*», «*trap*», «*conditioned to success*», «*risk*», «*repeating failures*», «*tactic*», «*adapt*», «*solution*», «*working*», «*results*», «*problem*», «*switch up*», «*attempt*», «*different way*», «*outcome*» [83]. Ця інформативна та прагматична лексика також характерна для чоловічого мовлення.

Хоча текст має інформативний характер, автор використовує слова «*danger*», «*tough*», «*we love the familiar*», «*ask ourselves*», «*just try one more time*» [83], щоб підкреслити емоційний аспект теми. Це допомагає залучити читача та зробити текст більш переконливим.

Загалом, вирази та стиль мовлення в блозі відображають типові риси чоловічої комунікації, яка характеризується практичністю, конкретністю, емоційним навантаженням та фокусом на досягненні результатів.

Порівнявши лексичні особливості вираження гендеру у жіночому та чоловічому блогах, можна виокремити декілька основних відмінностей, які впливають на стиль, тон та зміст цих блогів.

У жіночому блозі характерною рисою є неформальний лексичний стиль, який співзвучний інформальному тону розмови з друзями або близькими. Авторки ставлять акцент на самовизначенні та індивідуальності, що надає їхнім записам більш особистого характеру. Часто використовують позитивні слова та мотиваційні фрази, що створює позитивний настрій у читачів і підтримує їх у досягненні цілей. Вони також звертаються до своїх читачів із застосуванням індивідуальних займенників та звертань, надаючи тексту більш особистий відтінок. Крім того, можна зустріти вживання специфічної термінології, особливо якщо йдеться про блоги з певних сфер, наприклад, бізнес-блоги. Загалом, жіночий блог характеризується емоційністю, індивідуальністю та теплою атмосферою, що сприяє зближенню з аудиторією.

З іншого боку, чоловічий блог має більш прямолінійний стиль, використовуючи стверджувальні фрази, які пов'язані з успіхом та рішучістю. Автори використовують конкретні приклади, аналогії та цитування для переконання читачів у своїх ідеях. Мотиваційні фрази та активні слова спонукають аудиторію до дії та розвитку. Неформальна лексика може також знаходити місце у чоловічих блогах, проте вона зустрічається рідше, ніж у жіночих. Вживання простої інформативної лексики сприяє чіткому й лаконічному вираженню думок. Чоловічі блоги можуть містити емоційно-забарвлені лексеми, але загалом більше акцентуються на раціональних аргументах, аналізі та логіці.

Таким чином, лексичні особливості вираження гендеру у блогах відображають різницю в комунікативних стилях між чоловіками та жінками, а також можливі соціокультурні впливи. Жіночі блоги характеризуються більш емоційною та індивідуальною мовою, спрямованою на підтримку та надання позитивного настрою, тоді як чоловічі блоги більше спонукають до дії, акцентуються на успіху, рішучості та логіці. Обидва стилі мають переваги та можуть привертати свою аудиторію залежно від їхніх уподобань та потреб (див. Табл. 3. 1).

Таблиця 3.1

Лексичні особливості вираження гендеру у жіночому та чоловічому блогах

| Жіночий блог | Чоловічий блог |
|------------------------------------------------------------|---------------------------------------|
| Неформальний лексичний стиль | Проста інформативна лексика |
| Слова з позитивним значенням | Активні слова та фрази |
| Слова, які підкреслюють самовизначення та індивідуальність | Застосування першої особи множини |
| Індивідуальні займенники та звертання | Вживання загальних форм займенників |
| Вживання термінології | Використання рішучих тверджень |
| Використання мотиваційних слів та фраз | Використання стереотипів |
| Побажання та посилення на емоційний аспект | Вживання емоційно забарвлених слів |
| Вживання присвійних прикметників | Використання персонального досвіду |
| Емоційно-забарвлені лексеми | Вживання простої мови |
| Використання скорочень | Вживання заохочувальних висловів |
| Використання підсилюючих висловів | Вживання загальних термінів та понять |
| Ласкаві слова | Конкретність |
| Слова, що описують зовнішність та стиль | Імператив |

| | |
|---------------------|---------------------|
| Образи та асоціації | Риторичні запитання |
| | Повтори |

3.2. Синтаксичні особливості вираження гендеру

Синтаксичні особливості вираження гендеру є важливим аспектом стилю та мови в блогах. Вони впливають на сприйняття тексту читачами та допомагають встановлювати певний тон та емоційний зв'язок між автором і аудиторією.

У жіночому блозі «Marie Forleo» у її пості знайомства можна відзначити деякі синтаксичні особливості, які сприяють створенню близькості та співпереживання з читачем.

Авторка використовує безособові речення «*My hunch is someone you trust mentioned my name*» [68]. Це дозволяє їй підкреслити свою власну позицію, що надає тексту більшої особистісності.

Також вона використовує складнопідрядні речення «*I believe you must bring your whole self to the table if you want to thrive in today's world*» [68]. Такі речення допомагають детальніше розкрити ідеї блогерки, передати багато інформації та підкреслити важливі моменти.

Крім того, авторка використовує переліки: «*In fact, here are a few ways I might be able to help.*

— *Want to build a business but don't have an MBA, a fat bank account, or a clue where to start? I'll give you the roadmap to your dream business.*

— *Have ideas, creations, and gifts to share with the world, but can't seem to get people to pay attention? I'll help you find your voice and get results.*

— *Crave more freedom, flexibility, and joy in your life — but can't seem to escape toxic overwork and overwhelm? I'll show you the path to time freedom.»* [68].

Переліки дозволяють структурувати інформацію та підкреслити великий обсяг послуг або підходів, які пропонує авторка.

Запитальні речення створюють відчуття діалогу та спілкування з читачами, активізують їх увагу та залучають до обговорення («*Marie, how on earth did you get started in all this?*» [68]). Риторичні питання, всвою чергу, стимулюють роздуми читачів та підкреслюють актуальність теми «*Why do some people struggle while others find a way to thrive, often despite the most challenging circumstances?*» [68].

Окличні речення додають тексту емоційності та допомагають підкреслити важливі аспекти або питання «*Yes, this is a business. Yes, we sell things*» [68].

Загалом, синтаксичні особливості виразності в блозі «Marie Forleo» сприяють створенню особливого стилю комунікації, який наближає автора до своїх читачів та робить текст легким та доступним для сприйняття.

В іншому дописі даного блогу авторка звертається до читачів безпосередньо, використовуючи слова «*You have gifts to share*» [77]. Це створює особистий зв'язок і підкреслює, що блог призначений саме для них.

Також вона використовує питання, які спонукають читачів задуматися над своїми бажаннями і мріями, зокрема, «*Have you ever felt pressured to dream bigger?*» і «*Do you have a DREAM business or a SCREAM business?*» [77].

Крім того, вжито умовні речення для вираження можливих альтернатив та бажань, наприклад, «*If you want a global empire that reaches millions? Great! If you prefer a small, local business*» [77]. Це підсилює індивідуальний характер блогу та підтримує ідею розбудови бізнесу за власним бажанням.

Авторка використовує безособові конструкції, наприклад, «*It's actually one of the bravest and most important actions you can take*» [69], щоб узагальнити ідеї і підкреслити їх загальну значущість, а також наказові речення, наприклад, «*ASK FOR HELP!*», «*Invest in your relationships!*» і «*Go to MarieForleoBschooL.com for all the details*» [69], щоб залучити увагу читачів і надати їм конкретних інструкцій. Блогерка також використовує прикметникові речення, наприклад, «*folks who are simultaneously creating massive financial abundance and changing the world*» [69], щоб описати атрибути та характеристики своєї аудиторії.

Авторка також використовує марковані списки для переліку конкретних тем, які будуть обговорюватися, зокрема, «*Watch now and learn*», «*Why bigger isn't*

necessarily better», «*How to boost profits*», «*What no one tells you*», «*How to grow your income*», «*Why comparison is a dream-killer*» [77].

Багато речень в цьому дописі є стверджувальними, що допомагає авторці висловлювати свою точку зору і надавати поради та підтримку читачам.

Крім того, варто зазначити, що авторка чітко розташовує ідеї та аргументи, що допомагає читачам легко зрозуміти послідовність та логіку думок. Також вона мотивує читачів діяти, використовуючи такі фрази, як «*Ready to get started?*», «*Learn more and join us here*» [77]. Ці заклики до дії стимулюють читачів займатися саморозвитком і розбудовою бізнесу.

В іншому дописі блогерка використовує загальні фрази «*If you're facing a crisis*», «*If you don't have a strong network right now*» [69], щоб звертатися до широкої аудиторії, яка може стикатися з подібними проблемами. Також вона використовує особисті займенники «*I*» та «*my*» [69] для викладення своїх особистих думок, досвіду та позиції. Це додає автентичності та персонального відчуття до тексту.

Висловлювання про просування у важких ситуаціях та створення мережі підтримки супроводжується вживанням дієслів «*asking*», «*invest*», «*build*» та прикметників «*tough*», «*strong*», «*biggest*» [69], що підкреслює активну роль читача в розвитку власного бізнесу і в житті загалом.

Авторка стимулює читачів діяти, вживаючи фрази «*ASK FOR HELP!*», «*Invest in your relationships!*» і «*Go to MarieForleoBschooL.com for all the details*» [69].

У тексті зустрічаються вигуки «*Thank you!*» та «*Remember!*» [69], що підсилюють емоційний вплив та надають закликам до дії більшої емоційної насиченості.

Використання займенників «*your*» та «*my*» [69] створює відчуття особистої причетності і залученості читача до теми тексту, дозволяючи відчути, що авторка звертається саме до них особисто.

У наступному дописі авторка активно використовує звертання «*you*» для залучення читача і створення враження прямого спілкування. Це підсилює взаємозв'язок між авторкою і читачем, надає тексту особистісний характер і допомагає підтримати читача в емоційному відношенні.

Також у тексті часто зустрічаються питання, які адресовані читачу. Наприклад, «*Do you feel exhausted, burnt out, or lacking inspiration?*», «*So how do you know whether to keep pushing — or let go and move on?*» [78], що дозволяє залучити читача до роздумів і пошуку відповідей на питання.

У тексті зустрічаються маркери, які підсилюють ідею зміни, такі як «*It's almost like a different season is arriving*», «*what was right for past-you might not be right anymore*», «*make space for what's next*» [78], що допомагає передати ідею про важливість змін у житті.

Блогерка часто використовує конструкції з запереченням, наприклад, «*Don't worry. You're NOT broken*», «*without quitting everything*» [78] тощо, що допомагає створити позитивний настрій та підтримати читачів.

Текст побудований логічно, з чітким послідовним викладом ідей. Він пропонує читачам роздуми про себе та своє життя, діагностикує проблему та пропонує рішення, а також надає поради, як пройти через перехідний період у житті. Також в тексті зустрічаються виділені фрази, які підсилюють ідеї та допомагають зосередити увагу читача на головних моментах, наприклад, «*The #1 sign it's time for a change*», «*How to recover from burnout without quitting everything*», «*You're NOT broken*» [78] тощо.

Авторка активно використовує заклики та дозволи, що спонукає читачів діяти і змінюватися. Наприклад, «*So, if you're facing a life transition right now, please take this episode to heart*», «*You officially have my permission to take it easy*» [78].

Загалом, синтаксичні особливості у жіночому блозі «Marie Forleo» підкреслюють активне залучення читача, підтримку та пошук відповідей на важливі життєві питання. Авторка ставить читача в центр уваги, заохочує до змін та вдосконалення, що надає тексту жіночого гендерного вираження.

Інший текст блогерки повністю побудований на звертанні до читача як «*you*» [71]. Це дозволяє авторці встановити зв'язок із своїми читачами та зробити матеріал більш особистим.

В тексті наводяться конкретні приклади життєвих ситуацій, таких як «*When you graduate. Retire. Your kids grow up and leave home. You finish a big project. Heal from a*

chronic illness» [71], що дає можливість більше залучитися до тексту та сприйняти його більш реальним.

Авторка відповідає на запитання читачки Ellen та веде діалог з читачами шляхом поставлених запитань «*What's next for me? Am I too old? What should I do now?*» [71], створюючи враження живого спілкування.

Текст містить чіткі інструкції для читачів щодо проведення власних дій. Наприклад, «*Grab a notebook, and set a timer for 15 to 20 minutes*» [71], що допомагає заохочувати читачів діяти.

Крім того, авторка ділиться своїм досвідом із читачами, заявляючи про вплив певної практики на її особистий розвиток та успіх у бізнесі, а завершується текст закликом до дії та позитивними словами, які надихають читачів мріяти і досягати успіху.

Загалом, синтаксичні особливості у блозі «Marie Forleo» допомагають створити доброзичливе та підтримуюче оточення, в якому читачі можуть знайти інструкції, практичні поради та натхнення для свого особистого росту та реалізації мрій.

Інший допис блогерки демонструє активне використання займенників «*you*» та «*your*» [81]. Авторка активно використовує займенники «*you*» та «*your*» для звернення до читачів. Це надає тексту особистого характеру, створює близький зв'язок і включає аудиторію у діалог.

Крім того, вона використовує риторичні запитання, такі як «*Do you have big dreams but feel like something keeps holding you back?*» [81], для залучення читача до теми тексту і спонукання його роздумувати над своїми почуттями.

У тексті також наведено перелік фобій і обмежень, пов'язаних з успіхом, наприклад, «*You're actually not good enough to achieve your dreams*», «*More success will cost you your mental, emotional, or physical health*» [81]. Це допомагає читачам звернути увагу на внутрішні бар'єри, які можуть перешкоджати досягненню успіху.

Текст розділений на чіткі абзаци, кожен з яких містить окрему думку або ідею. Це допомагає підкреслити ключові моменти і зробити текст більш зрозумілим для читачів.

Також авторка використовує звернення до аудиторії, яка складається з бізнес-власників, підприємців та творчих особистостей, зокрема «*if you're a business owner, aspiring entrepreneur, or creative*» і «*I'd love to do that for you in B-School*» [81]. Це робить звертання більш персоналізованим і залучає аудиторію до участі у проекті.

У жіночому блозі «Cup of Jo» зустрічаються певні синтаксичні особливості, які можуть бути типовими для жіночої мови, наприклад, неформальна конструкція «*You guys*» [74] використовується для звернення до читачів, надаючи тексту дружній тон і враження, що авторка спілкується особисто з кожним читачем.

Фразові дієслова та ідіоми «*trying to stiff-upper-lip my way through our divorce*» та «*barrel-swerving*» [74] додають виразності і колоритності тексту, а риторичні запитання «*That's fine, right? I mean, who cares?*» [74] залучають увагу читача та створюють ілюзію спілкування.

Фраза «*Effortlessly lovely*» [74] повторюється в описі сукні, що додає емоційності та акцентує увагу на позитивних рисах продукту.

Крім того, вживання вигуків і образних слів («*Hope your barrel-swerving is going okay, too!*» та «*So much love to you, always*» [74]) додає тексту емоційного зв'язку з читачами.

Ці синтаксичні особливості допомагають підкреслити жіночу ідентичність блогу, надати тексту особистого характеру і створити теплу, дружню атмосферу для читачів.

В іншому дописі авторка часто використовує риторичні питання: «*How pretty is this sweater with elbow-length sleeves?*» [75], що додає емоційності та залучає увагу читача, що є типовим для жіночої мови.

Використання емоційних висловлювань підсилює емоційний настрій тексту та надає йому жіночого шарму («*my jaw dropped*», «*I'm looking forward to trying*», «*I love the idea*» [75]).

Вживання складнопідрядних речень («*While scrolling through Instagram, I came across food writer Natasha Pickowicz's 'ham and chips salad,' and my jaw dropped*» [75]) робить текст більш виразним та структурованим.

Вживання сполучників «*and*», «*but*» («*but I'm looking forward to trying* [75]») допомагає об'єднати думки та додає розміркованості тексту.

Крім того, для даного блогу характерне вживання активних конструкцій («*Making new friends as an adult can feel tricky*», «*After meeting a cool-seeming woman at work, Tina emailed her*» [75]) надає тексту енергійності та динаміки.

Ці синтаксичні особливості роблять текст більш виразним, емоційним та підкреслюють жіночий стиль блогу «*Cup of Jo*».

Для статті «*Winners Give Up All The Time*» чоловічого блогу «*Chris Guillebeau*» характерне вживання простих, лаконічних речень та прямих висловів: «*Real winners don't hesitate to walk away from an unsuccessful venture*», «*You should regroup and try something totally different*» [84]. Такі синтаксичні конструкції характерні для чоловічої мови, яка нерідко ставить акцент на прямолінійність та дієвість.

Вживання дієслів та активних конструкцій («*To win, sometimes you need to find a new game to play*», «*we'll usually switch up the tactic*» [84]) у тексті допомагає виразити рішучість та активність дії, що характерно для чоловічого стилю.

Крім того, блогер використовує вигуки та емоційно забарвлені слова: ««*Never give up*» *is bad advice*» [84]. Такий спосіб вираження зміцнює емоційний ефект та привертає увагу читачів.

Вживання структур для опису причинно-наслідкових зв'язків: «*The greater problem comes when we've become conditioned to success according to a certain method or plan of action. When something works for a while and then it stops working, that's when it's tough to change*» [84] допомагає логічно організувати ідеї та передати послідовність роздумів.

Ці синтаксичні особливості вираження гендеру впливають на стиль та характер комунікації в чоловічому блозі, роблячи його виразнішим, рішучим та активним.

Вусь допис «*Did You Do Everything You Could?*» написаний від першої особи, тобто дії виконує автор (наприклад, «*I published*», «*I did 30 days of YouTube Live*», «*I even got a positive review*» [73]). Такий стиль підкреслює діяльність, наполегливість та ініціативу, які сприймаються як типові для чоловічої мови.

Також автор використовує короткі речення та вирази, які передають думку чітко і зрозуміло: «*The book never really took off*», «*I did pretty much everything I could*» [73]. Чоловіча мова сприймається як пряма, без зайвих прикрас або ускладнень.

Крім того, у тексті є імперативні речення, які мають силу наказу чи заклику (наприклад, «*let it go*», «*pick up a copy online*» [73]). Це стимулює читача до вчинення певних дій та підкреслює активність мовця.

Також автор використовує особові займенники «*I*» та «*you*» [73], що надає тексту особистого характеру і залучає читача до роздумів та роздумів мовця.

Деякі вирази у тексті мають розмовний характер: «*I stayed at home*», «*The world was distracted with lesser issues*» [73]. Це надає тексту більш інформального тону, характерного для чоловічої мови.

В тексті «*This «1-3-5 Rule» Can Completely Change Your To-Do List*» зустрічається кілька питальних речень, наприклад: «*Do you have a cluttered and crowded to-do list?*», «*If so, you're not alone*» [82]. Ці речення допомагають залучити увагу читачів, створюють взаємодію з аудиторією та стимулюють до подальшого читання.

Більшість речень у тексті мають просту будову з однією головною частиною, що робить текст зрозумілим та доступним. Наприклад: «*It's important to make progress on big things*», «*So pick one big thing, three medium things, and five small things. Then get to work!*» [82].

Також блогер використовує короткі речення для наголошення основних ідей та висловлення яскравих думок. Наприклад: «*Simple, right?*», «*Then get to work!*» [82].

Використання заперечення «*only to burn out and end up feeling further behind*» [82] підсилює ідею того, що намагання досягти всього одразу може призвести до вигорання та відчуття відставаності.

Ці синтаксичні особливості вказують на типовий стиль мовлення у чоловічому блозі, який використовується для зацікавлення аудиторії, підкреслення основних ідей та стимулювання до дії.

Синтаксичні особливості вираження гендеру у чоловічому блозі Chris Guillebeau у дописі «*How to Get Better At Saying No*» також проявляються через типові

риси мовлення чоловіків. Так, більшість речень у блозі мають просту структуру та складаються з коротких фраз. Це властиво для чоловічої мови, яка зазвичай виражає думки лаконічно та прямолінійно.

Автор використовує імперативні речення для того, щоб звернутися до читачів зі своїми порадами та вказівками. Наприклад, «*You need to say no more often*», «*start declining more of those invitations*», «*Tell the Truth*», «*store it in your memory*» [76].

Автор використовує питання та звертання до читача, щоб включити їх у діалог та привернути увагу. Наприклад, «*What should you say no to?*» «*why did I agree to this?*» «*How can you say no without hurting someone's feelings?*» [76].

Ці синтаксичні особливості сприяють створенню чіткого та переконливого повідомлення, що характерне для чоловічої мови, яка нерідко передає інформацію прямолінійно та лаконічно. Автор заохочує читачів бути рішучими, контролювати свій час та вміти відмовлятися від непотрібних зобов'язань, що відповідає стереотипним рисам мужності та рішучості.

У дописі «*Beyond Perfect*» автор також часто використовує прості речення, що характерно для чоловічої мови, яка може бути націлена на передачу інформації з мінімальною кількістю зайвих слів.

Крім того, автор використовує активний стан замість пасивного, що допомагає зосередитися на дії та вчинках та може бути типовим для чоловічого мовлення. Також у тексті є велика кількість дієслів, що вказує на активний стиль мови, орієнтований на дії та досягнення результатів.

Цікаво, що текст складається із коротких абзаців, що може підсилити враження динамічності і прямолінійності мовлення.

Використання вигуків, таких як «*wow*» [70] та скорочень (наприклад, «*I'll*», «*can't*», «*won't*» [70]) може додавати емоційності та експресивності мовленню, що може бути характерно для чоловічої мови.

Загалом, ці синтаксичні особливості можуть підкреслювати характер мовлення, який часто спостерігається у чоловічих блогах – простоту, активність, орієнтованість на досягнення результатів та прагматичний підхід до висловлювань.

В іншому тексті блогу також є кілька скорочених форм, таких як «*you've*», «*we've*», «*can't*», «*it's*», «*doesn't*», «*we're*», «*that's*», «*we've been*», «*we're stupid*», «*it's tough*» [83]. Використання таких форм сприяє загальному стилю мовлення, який характеризує чоловічу комунікацію.

Автор часто використовує риторичні запитання для того, щоб залучити читача і підкреслити емоційний аспект своїх міркувань. Наприклад: «*Should you get back up and try again? Perhaps*» [83].

Чоловіча мова нерідко використовує безособові конструкції для підкреслення загальних принципів і пропозицій. Наприклад: «*It's not just about doing things differently*» [83].

У тексті часто зустрічаються імперативні конструкції, які мотивують до дій та руху до досягнення результату. Наприклад: «*try*», «*switch up*», «*attempt*», «*change*», «*ask*» [83].

У деяких випадках автор використовує додаткові пояснювальні елементи у формі додаткових розділових конструкцій, що допомагають підкреслити думку або надати додаткову інформацію. Наприклад: «*attracted to the familiar*» [83].

Автор часто використовує займенник *we* (перша особа множини), що дозволяє залучити читача до розмірковувань і зробити текст більш особистим. Наприклад: «*we've probably heard*», «*we've become conditioned*», «*we are most at risk*» [83].

Загалом, вирази і синтаксичні конструкції в даному блозі відображають типові риси чоловічого стилю мовлення, який часто характеризується активним тоном, використанням першої особи множини, риторичними запитаннями та безособовими конструкціями для передачі ідей та переконань.

Порівнюючи синтаксичні особливості вираження гендеру у жіночому та чоловічому блогах, можна виявити певні тенденції, що можуть бути пов'язані з комунікативними стилями та впливом соціокультурних факторів.

У жіночих блогах можна помітити більше вживання складнопідрядних речень, що дозволяють передавати багато інформації та деталей в одному реченні. Також відзначається використання переліків, що допомагають структурувати інформацію та підкреслити важливі пункти. Частими є питальні та окличні речення, що залучають

увагу читача та створюють ефект діалогу. Звернення до читача, вживання закликів до дії та умовних речень сприяють більш особистому зв'язку з аудиторією. Заклики до дії стимулюють читачів до певних кроків або розвитку.

У чоловічих блогах превалюють прості та лаконічні речення, які сприяють розумінню ідеї з мінімальними зусиллями. Застосування першої особи множини дає відчуття співпереживання аудиторії автором, що може підсилити ефект комунікації. Чоловічі блоги також характеризуються використанням активних конструкцій та дієслів, що підкреслюють активний підхід до життя та досягнення успіху.

Обидва типи блогів можуть використовувати емоційно забарвлені слова та вигуки, але жіночі блоги мають більше емоційних висловлювань і звернень, що допомагають створити близький зв'язок з читачами. Чоловічі блоги, у свою чергу, можуть акцентувати увагу на причинно-наслідкових зв'язках, що розкривають причини успіху або досягнень.

Отже, жіночі блоги характеризуються більшою емоційністю, акцентом на особистому зв'язку з читачами та використанням різноманітних засобів для створення довіри та позитивної атмосфери. Чоловічі блоги, натомість, спрямовані на лаконічне та пряме висловлювання, акцент на активність та досягнення успіху. Різні синтаксичні особливості вираження гендеру відображають різні підходи до комунікації та способи створення зв'язку з аудиторією (див. Табл. 3.2).

Таблиця 3.2

Синтаксичні особливості вираження гендеру у жіночому та чоловічому блогах

| Жіночий блог | Чоловічий блог |
|----------------------------------------------------------|--------------------------------------------|
| Вживання безособових речень | Вживання простих речень та прямих висловів |
| Використання складнопідрядних речень | Вживання інфінітивних конструкцій |
| Використання переліків | Вживання загальних форм займенників |
| Використання питальних і окличних речень | Конкретність |
| Звернення до читача | Імператив |
| Умовні речення | Риторичні запитання |
| Використання логічних зв'язків | Повторення |
| Вживання особових речень | Вживання логічних зв'язків |
| Використання дієслів і прикметників з активним значенням | Більше займенників першої особи однини |
| Наказовий спосіб | Використання заперечних конструкцій |

| | |
|-----------------------------------------|--------------------------------------|
| Маркери зміни | Використання безособових конструкцій |
| Заперечення | |
| Виділені фрази | |
| Використання діалогу | |
| Неформальні конструкції | |
| Використання фразових дієслів та ідіом | |
| Більше займенників першої особи множини | |

3.3. Граматичні особливості вираження гендеру

Мова є потужним інструментом для вираження своїх думок, емоцій та ідентичності, і відбиття гендерних ролей та стереотипів може бути помітним явищем у письмових матеріалах. Так, жіночий та чоловічий блоги можуть проявляти різні граматичні особливості, що відображають гендерні стереотипи та культурні конвенції.

У жіночому блозі «Marie Forleo» можна виділити певні граматичні особливості, що виражають гендерні характеристики. Наприклад, авторка вживає більше іменників жіночого роду: «*A born-and-raised Jersey girl*», «*throughout my life*», «*my mom taught me*» [68].

Дана граматична особливість вказує на те, що авторка блогу «Marie Forleo» усвідомлює свою жіночу ідентичність та залучає читачів, особливо жінок, до нього.

В іншому дописі авторка блогу використовує особові займенники першої особи однини, такі як «*I'm Marie*», «*my job is to help you*» та «*I'm here to support you*» [77]. Це надає особистого характеру блогу та підкреслює авторство.

Використання фрази «*a more manageable, fulfilling, six-figure micro business*» [77] з невизначеним артиклем вказує на неозначений характер бізнесу, а не на певну конкретну модель, що може бути застосована як для чоловіків, так і для жінок.

В наступному дописі авторка використовує займенник «*you*» для звертання до своїх читачів. Також, вона використовує займенник «*you*» для виокремлення особистого зв'язку з аудиторією, надаючи їм особисте почуття [69], а займенники «*I*»

і «*tu*» [69], щоб розповідати про свій досвід, почуття і думки. Це додає особистості і автентичності до її повідомлень.

Авторка використовує дієприкметники, наприклад, «*overwhelming*», «*meaningful*», «*tough*», «*strong*», «*radically*», «*beautiful*», «*massive*», «*special*» [69], щоб підкреслити емоційний вплив і важливість зазначених аспектів.

В іншому дописі блогу також часто використовується займенник «*you*» [78] для звертання до читача. Цей займенник нейтральний з точки зору гендеру і може застосовуватися до чоловіків і жінок. Звертання «*you*» сприяє взаємодії авторки з читачами, залучає їх у текст та підсилює емоційне звучання.

У тексті є використання неозначеного займенника «*someone*» без вказівки на гендерну ідентифікацію. Наприклад, «*If so, someone might be wondering..*». [78]. Це сприяє тому, щоб повідомлення було універсальним і можливим для будь-кого, незалежно від статі.

У деяких фразах, які стосуються загальних ситуацій, можна бачити використання пари «*he/she*», наприклад, «*If you're facing a life transition right now, he/she might be wondering..*». [78]. Це дозволяє включити обидві статі, щоб залучити більше читачів.

Загалом, граматичні особливості у жіночому блозі «Marie Forleo» допомагають зробити повідомлення універсальним та спрямованим на широку аудиторію, без вказівки на гендер. Авторка активно залучає читачів до діалогу, надає поради та співпереживає з їх проблемами, використовуючи нейтральний гендерний підхід.

В іншому тексті блогу часто використовуються займенники «*you*», «*your*» та «*yourself*» [71] для звертання до читача та встановлення особистого контакту.

У тексті є використання прямої мови для цитування запитання Ellen, що звертається до авторки зі своєю проблемою. А за допомогою наказового способу, як, наприклад, «*Grab a notebook, and set a timer for 15 to 20 minutes*» [71], авторка дає чіткі інструкції щодо дій читачів.

В наступному дописі блогу спостерігається використання нейтральних займенників, які не мають статевої спрямованості, такі як «*something*», «*there's*»,

«*it's*», «*that*», «*them*» [81]. Це дозволяє звертатися до аудиторії без виокремлення чоловічої або жіночої статі.

У жіночому блозі Cup of Jo також вживаються особові займенники. У прикладі «*I'd been trying to stiff-upper-lip my way through our divorce*» [74] використання особового займенника «*I*» вказує на особистий досвід авторки.

«*Hope your barrel-swerving is going okay, too!*» [74] – займенник другої особи множини «*your*» вказує на звернення до читачів, створюючи враження дружнього спілкування.

Також авторка часто вживає іменники жіночого роду: «*Our sweet sitter bringing me this snack plate*» [74] – звертання до жіночої няні підкреслює жіночу роль у догляді за дітьми.

Наступному допису блогу також характерно вживання займенників другої особи однини: «*Have you seen the trailer for The Rescue?*» [75] – використання «*you*» надає тексту персонального характеру та залучає читачів.

У прикладі «*food writer Natasha Pickowicz's 'ham and chips salad,'*» [75] – вживання іменника «*food writer*» та жіночого прізвища «*Pickowicz*» вказують на статеvu належність осіб.

Ці граматичні особливості сприяють створенню жіночого стилю вираження гендеру в блозі «Cup of Jo».

У чоловічому блозі Chris Guillebeau «Winners Give Up All The Time» міститься багато речень у активном у голосі, де суб'єкт вчиняє дію: «*Real winners don't hesitate to walk away from an unsuccessful venture*» [84]. Чоловіча мова віддає перевагу активному стану, що робить висловлення більш рішучими та енергійними.

Вживання інфінітивних конструкцій підкреслює настанови та рекомендації, що характерно для чоловічої мови («*You should regroup and try something totally different*» [84]).

Вживання загальних форм займенників «*we*» та «*you*» робить висловлення загальними та універсальними («*We might try once more, but we'll usually switch up the tactic*» [84]).

Ці граматичні особливості сприяють створенню чіткого, рішучого та енергійного стилю мовлення, який характерний для чоловічої мови в цьому блозі.

У дописі «Did You Do Everything You Could?» автор використовує особові займенники «I», «my», «me», «you», «your», «he», «his», «people» [73] тощо. Використання таких особових займенників вказує на авторство тексту чоловіка та спрямоване на чоловічий аудиторію.

Часто у тексті використовуються дієслова минулого часу (наприклад, «published», «did», «got», «met», «tried» [73]). Цей стиль надає тексту енергії та динамізму, що є характерним для чоловічої мови.

В тексті є дієслова, що позначають дії, здійснені в минулому, але мають зв'язок із теперішнім (наприклад, «have published», «came out», «did», «met», «got» [73]). Це робить текст більш динамічним та актуальним, що властиво чоловічому способу висловлювання.

В тексті присутні наказові речення, що мають силу заклику або наказу (наприклад, «pick up a copy online» [73]). Це підсилює активність та наполегливість мовця, що є часто характерним для чоловічої мови.

Всі ці граматичні особливості спільно створюють стиль, що характерний для чоловічого блогу: активний, енергійний, динамічний та прямолінійний. Такий стиль підкреслює впевненість та рішучість мовця, що є характеристиками, які часто сприймаються як чоловічі.

У наступному дописі автор використовує безособову конструкцію «it might look like this» [82] для опису зовнішнього вигляду графіка, що дає тексту більш об'єктивний характер та зводить на мінімум використання особистих займенників.

В тексті переважають стверджувальні речення, які часто характеризуються прямолінійністю та рішучістю. Наприклад: «This list is all about prioritization», «Then get to work!» [82].

Ці граматичні особливості використовуються в чоловічому блозі з метою підсилення активного стилю мовлення, стимулювання взаємодії з аудиторією та створення дружньої та динамічної атмосфери.

У дописі з назвою «*How to Get Better At Saying No*» також зустрічаються деякі граматичні особливості, які можуть бути віднесені до типових рис мовлення чоловіків. Наприклад, багато речень в блозі є директивними і виражають прямі розпорядження або поради, що можуть впливати на поведінку або дії читачів. Наприклад, «*You need to say no more often*», «*start declining more of those invitations*», «*Try living by it for a while*», «*Don't agree to something just because it's far off*» [76].

Чоловіча мова віддає перевагу активному стану, де суб'єкт дії частіше вказується явно. Наприклад, «*If it was, would you say yes or politely decline?*», «*When I turn down a request, I often say something like*» [76].

Автор часто використовує форму першої особи для розповіді про свій власний досвід та враження. Наприклад, «*Here are two strategies that have been helpful to me*», «*I often say something like*», «*I'm a little overcommitted right now*» [76].

Ці граматичні особливості вираження гендеру сприяють створенню діалогу з читачем, залученню їх у розмову, а також підкреслюють рішучість і прагнення до досягнення результату. Такий стиль сприймається більш прямолінійним і дозволяє виконувати роль мотиватора та порадирика.

У дописі «*Beyond Perfect*» в рядках «*It's not a direct analogy—and I haven't yet made a classic rock album—but it made me think of the book tours I used to do*» [70] автор вживає займенник «*he*» для узагальнення, показуючи, що його ситуація є типовою для чоловіків, що виступають з публічними виступами.

Також у тексті можна знайти активні дієприкметникові конструкції, які виражають дію, що здійснюється особисто мовцем, наприклад «*I'm more easily able to feel present with the audience*» [70].

Автор використовує іменники, що відповідають чоловічому роду, наприклад «*songwriters*», «*musicians*», «*performers*», що відображає його інтереси та стиль мовлення.

Крім того, в тексті присутні сполучники «*and*», «*but*», «*so*» [70], які допомагають структурувати думки та логічно пов'язувати речення.

Загалом, граматичні особливості мовлення в блозі вказують на типові риси чоловічого стилю спілкування, який може включати більш прямолінійний підхід до

висловлювань, активний характер та особисту залученість автора до обговорюваних тем.

У дописі «To Stop Insanity, It's Not Just About Doing Things Differently» часто зустрічаються особові займенники «we» та «ourselves» [83]. Ці займенники вказують на автора і його читачів, залучаючи їх до міркувань про тему блогу. Використання «we» створює співпереживання та враження спільності думок між автором і аудиторією.

Автор чітко структурує свої думки, використовуючи логічні конструкції, що дозволяють лаконічно та послідовно викладати свої думки. Наприклад, у реченні «*When something works for a while and then it stops working, that's when it's tough to change*» [83], автор логічно пояснює проблему та її наслідки.

Автор використовує різні часи дієслів для передачі дій. Вживання Present Simple та Present Perfect допомагає передати ситуації, які сталися раніше, тривають у теперішньому часі або мають потенційний характер.

Автор часто використовує порівняльні конструкції, такі як «*greater problem*» та «*most at risk*» [83], для підкреслення різниці між ситуаціями та наслідками.

Крім того, в тексті зустрічаються модальні дієслова («*can*», «*will*» [83]), які допомагають висловити можливості, підказки, або звернення до читачів.

Порівнявши граматичні особливості вираження гендеру у жіночому та чоловічому блогах, можна виокремити різні підходи до використання мовних засобів для виразу ідентичності та стилю спілкування.

У жіночому блозі частіше використовуються іменники у жіночому роді, що може створювати почуття співпереживання та більшого зв'язку з читачами. Вживання особових займенників першої особи однини та множини, а також вживання теперішнього часу надає тексту більш особистий характер. Використання невизначеного артикля та дієприкметників допомагає створювати загальну картину подій та ситуацій.

У чоловічому блозі можна знайти більше займенників чоловічого роду, що може зміцнювати мужність та домінуючий образ. Використання минулого часу, Present Perfect та Past Simple дозволяє підкреслити конкретні досягнення, дії або

досвід. Вживання наказового способу та директивних речень може звертатися до читачів з впевненістю та стимулювати до дії.

Однак, варто зазначити, що обидва типи блогів можуть використовувати пряму мову та нейтральні займенники, щоб передати щирість та безпосередність виразу. Чоловічий блог акцентує на активному стані, діях та досягненнях, тоді як жіночий блог звертає увагу на емоціях, співпереживанні та особистій ідентичності (див. Табл. 3.3).

Таблиця 3.3

Грамматичні особливості вираження гендеру у жіночому та чоловічому блогах

| Жіночий блог | Чоловічий блог |
|-------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------|
| Вживання іменників у жіночому роді | активний стан |
| Особові займенники першої особи однини та множини | Вживання інфінітивних конструкцій |
| Невизначений артикль | Вживання загальних форм займенників |
| Використання дієприкметників | Більше займенників чоловічого роду |
| Неозначений займенник «someone» | Вживання минулого часу |
| Особові займенники другої особи однини (використання пари he/she) | Вживання дієслів у Present Perfect та Past Simple |
| Використання прямої мови | Вживання наказового способу |
| Наказовий спосіб | Вживання неособових конструкцій |
| використання нейтральних займенників | Використання стверджувальних речень |
| Вживання теперішнього часу | Директивні речення |
| | Вживання займенника «he» для узагальнення |
| | Вживання сполучників та конструкцій для логічних висловлювань |
| | Використання порівняльних конструкцій |
| | Використання модальних дієслів |

3.4. Стилiстичнi особливостi вираження гендеру

У світі блогів, де автори діляться своїми думками, досвідом і ідеями, стиль мовлення грає ключову роль у вираженні ідентичності та встановленні зв'язку з аудиторією. Кожен блогер прагне знайти свій унікальний стиль, який би відповідав їхнім цілям, відношенню до світу та аудиторії. Водночас, мовлення у блогах часто

залежить від гендерної приналежності авторів, що впливає на вибір стилістичних засобів.

Так, у жіночому блозі «Marie Forleo» можна виділити декілька стилістичних особливостей, які можуть виражають гендер. Наприклад, авторка використовує інформальний тон, використовуючи привітання «HEYA!» [68] на початку тексту, що створює дружній і неформальний відтінок комунікації, спілкування на рівні з читачем.

Авторка також використовує риторичні питання, наприклад, «*Marie, how on earth did you get started in all this?*» [68], що спонукають читачів задуматися та залишають певну загадковість.

Крім того, блогерка використовує слова з емоційним забарвленням, такі як «*passion*», «*joy*», «*happiness*» [68], що стимулює читачів досягати емоційного благополуччя.

Ці стилістичні особливості допомагають створити особливу атмосферу, співпереживання та емоційний зв'язок з аудиторією, що сприяє позитивному сприйняттю тексту та впливає на читачів.

В іншому дописі блогу «Marie Forleo» авторка використовує метафоричні вирази, такі як «*different season is arriving*», «*uncomfortable limbo period*», «*gap*», «*pause rather than push*», що робить текст більш образним і емоційно збагачує його [77].

У тексті згадується про успішну жінку під ім'ям «Daisha», яка є прикладом того, як створити бізнес, що відповідає її унікальним мріям, особистості і цілям. Використання жінки-авторитету підкреслює роль жінок у підприємництві та досягненні успіху.

Авторка активно використовує вислови, такі як «*I'm here to support you*» і «*I'm here to help you get them out there*» [77]. Це демонструє її бажання допомагати та підтримувати інших жінок у їх зусиллях досягти успіху у бізнесі.

У кінці тексту авторка використовує «ХО», що є скороченням від «*hugs and kisses*» [77]. Це ще один спосіб надати блогу особистий характер і підкреслити позитивне і тепле ставлення до читачів.

В наступному дописі блогу «Marie Forleo» авторка використовує експресивні слова, такі як «*miracles*», «*moved me to tears*», «*lifeline*», «*resources and angels in my life*» [69], для того щоб підсилити емоційний зв'язок зі своєю аудиторією.

Блогерка, крім того, ділиться зі своїми читачами корисними порадами та рекомендаціями, щоб допомогти їм у різних життєвих ситуаціях. Вона активно використовує наказові речення, щоб підтримати та надихнути аудиторію.

Мовний стиль блогу є неформальним, дружнім та близьким до читача. Авторка використовує розмовний тон, скорочення слів та лаконічні речення для того, щоб створити нетривалий і легкозасвоюваний текст.

Варто зазначити, що важливим елементом стилю авторки є її особистий досвід і рефлексії, що використовуються для, надання своїм читачам прикладу та натхнення для подальшої дії.

У блозі згадуються посилання на платформу «*B-School*» та сайт «*MarieForleoBschoo.com*» [69], що має за мету залучити читачів до участі у навчальних програмах та подальшого розвитку.

Загалом, жіночий блог «Marie Forleo» має характерний жіночий стиль вираження, з акцентом на емоційний зв'язок, співчуття, надання підтримки та допомоги читачам. Авторка створює довіру та близький зв'язок з аудиторією, сприяючи позитивній інтеракції та надаючи мотивацію для розвитку і досягнення успіху у різних аспектах життя.

В іншому дописі авторка ставить запитання читачам, використовуючи вирази «*Do you feel...?*» та «*If so, you might be wondering..*». [78]. Це залучає увагу читачів і стимулює їх до думок і самоаналізу.

Блогерка використовує аббревіатуру «*WTF*» [78] (що може розшифровуватися як «*What the f**k*») для вираження сильної емоційної реакції. Цей вираз може викликати різні асоціації, але таким чином авторка використовує неформальний стиль мовлення для спілкування з аудиторією.

Авторка блогу, крім того, використовує вигуки, такі як «*Don't worry!*» та «*Listen up!*» [78], щоб звернути на себе увагу читачів і надати тексту емоційності, що також становить важливий елемент її стилю.

Блогерка також використовує позитивний тон та підбадьорюючі слова, такі як «*urgent signs*», «*tune into*», «*make space*», «*joyful things*» та «*something more beautiful*» [78]. Це створює оптимістичну атмосферу та заохочує читачів до подальших дій.

Важливо додати, що авторка використовує образи, такі як «*uncomfortable limbo period*» та «*different season is arriving*» [78], щоб передати почуття змін та руху до передбачуваного.

Іншим характерним елементом стилю авторки є підсилення смислу за допомогою повторень. В останньому реченні вона використовує повторення слова «*pause*» [78] для підсилення ідеї саморефлексії та роздумів.

Загалом, стилістичні особливості вираження гендеру у блозі «Marie Forleo» спрямовані на створення привітної та співчутливої атмосфери, а також на надання підтримки читачам у різних життєвих ситуаціях. Авторка використовує влучні слова та образи, щоб підкреслити важливість самопізнання та змін в житті.

Використання запитань в іншому тексті допомагає активізувати увагу читачів і залучити їх до роздумів над своїм життям і майбутнім. Риторичні прийоми (наприклад, «*Now what? What happens after you «make it?»*» [71]) допомагають підкреслити значущість обговорюваної теми.

Також авторка використовує інформальний стиль мовлення, який робить текст доступнішим і сприяє зближенню з аудиторією.

Крім того, для блогерки характерно використання позитивної та підтримуючої лексики. В тексті зустрічаються позитивні слова та підтримуючі висловлювання, що стимулюють читачів до дій, пошуку своєї мети і мрій.

Авторка надає тексту емоційного забарвлення, використовуючи слова як «*scary and overwhelming*», «*fun and exciting*» [71], що допомагає побудувати емоційний зв'язок з аудиторією.

Блогерка також використовує заклики до дії та надихає читачів мріяти, наприклад: «*You're never too old, too young, or too anything to dream again*» [71].

Так, стилістичні особливості у даному дописі сприяють побудові позитивного, мотивуючого та доброзичливого спілкування з аудиторією, створюють дружній тон і надають читачам стимул до дії та розвитку.

В наступному дописі авторка поширює свої особисті історії та досвід, зокрема, що стосуються її бізнесу та відносин з коханим. Це робить контент ближчим та більш доступним для аудиторії.

В блозі використовуються слова, які підтримують позитивний настрій, такі як «*success*», «*love*», «*breakthrough*», «*curious*», «*unlock*», «*joy*», «*desire*», «*gifts*» [81]. Це допомагає створити оптимістичну та сприйнятливую атмосферу.

Авторка часто включає себе та аудиторію в одну команду за допомогою займенника «*we*» [81]. Це підсилює почуття спільності та партнерства з читачами.

Блог спрямований на те, щоб допомогти читачам досягти успіху в різних сферах життя, включаючи бізнес та відносини. Авторка акцентує увагу на особистому розвитку, самопізнанні та подоланні перешкод. Крім того, блогерка використовує риторичні запитання, щоб залучити увагу аудиторії та спонукати її задуматися над своїми власними переживаннями та страхами.

У тексті авторка підтримує аудиторію, надає їм дозвіл бути вразливими та відкритими щодо своїх страхів. Вона створює сприятливу атмосферу, де читачі можуть почуватися комфортно і розповідати про свої проблеми.

У жіночому блозі «*Cup of Jo*» спостерігається часте вживання інтер'єкцій та вигуків: «*You guys*», «*Hope your barrel-swerving is going okay, too!*» [74]. Вживання інтер'єкцій додає тексту живості та емоційності, а також створює зв'язок між авторкою і читачами.

Використання англійських сленгових слів «*You guys*», «*swoon*», «*snack plate*», «*on sale here!*» [74] додає тексту живий та легкий тон.

Іншою характеристикою стилю блогерки є вживання образних порівнянь («*these kinds of chaotic times as the video game Donkey Kong, where you have to try to dodge all the barrels coming at you*» [74]). Порівняння з популярною відеогрою створює живий образ та враження життєвих випробувань.

Також для неї характерне вживання зменшувально-пестливих виразів («*Our sweet sitter bringing me this snack plate*» [74]). Використання зменшувальних слів додає тексту більшої ніжності та привітності.

Важливо, що використання описових слів допомагає зробити вираз більш емоційним та виразним («*beloved old therapist*», «*effortlessly lovely summer dress*» [74]).

Використання діалогів у блозі також є цікавим елементом стилю («*Excuse me, do you know where the bathroom is, by any chance?*» [74]), оскільки діалоги створюють враження живого спілкування та розмови з читачами.

Використання особистих висловлювань допомагає створити зв'язок між авторкою та читачами, показати її індивідуальний досвід («*I realized I'd been trying to stiff-upper-lip my way through our divorce*» [74]).

Ці стилістичні особливості надають тексту жіночості, емоційності та індивідуальності, що характерно для жіночого блогу.

В іншому дописі даного блогу спостерігається вживання прикметників та прикметникових зворотів, що підкреслюють жіночість предметів: «*pretty sweater with elbow-length sleeves*», «*romantic*», «*perfect for the office or dinner dates*» [75]. Слова «*pretty*», «*romantic*» та «*perfect*» надають позитивний відтінок та виражають емоційні оцінки, що часто характерні для жіночої мови.

Вживання особистих займенників та запитань, що звертаються до читачів: «*Have you seen the trailer for The Rescue?*», «*Would you ask someone out on a friend date?*» [75] допомагають активно взаємодіяти з аудиторією та підтримувати діалог з читачами.

Використання інформації про життя авторки та її друзів: «*Making new friends as an adult can feel tricky, so Tina Roth Eisenberg decided just to be straightforward. After meeting a cool-seeming woman at work, Tina emailed her: «I absolutely loved meeting you. Would you like to go on a friend date?» And few hours later, she got an enthusiastic reply: «YES!» Now they've been friends for years*» [75] підкреслюють жіночість та близькість блогу до читачів.

Ці стилістичні особливості роблять блог Cup of Jo більш жіночим та емоційним, спонукаючи читачів співпереживати та активно залучатися до обговорення тем, що стосуються жіночого досвіду життя.

Що стосується особливостей блогів для чоловіків, то у дописі «*Winners Give Up All The Time*» блогу «*Chris Guillebeau*» автор активно використовує рішучі

твердження, щоб переконати читачів у своїх поглядах: «*Real winners don't hesitate to walk away from an unsuccessful venture*» [84]. Чоловічий стиль мовлення відзначається впевненістю та рішучістю, що допомагає створити авторитет і переконати аудиторію.

Текст складається з простих речень та зрозумілих конструкцій, без зайвих прикрас або виразів. Чоловіча мова часто характеризується простотою та прямою, дозволяючи автору передати свої ідеї зрозуміло та без зайвих ускладнень. Часто у тексті зустрічаються короткі, лаконічні висловлювання, які максимально ефективно виражають думку автора: «*The real secret is that selective quitting is a powerful practice*» [84]. Чоловічий стиль мовлення відрізняється економією слів та високою стислістю думки.

Використання стилістичних прийомів для підкреслення важливих ідей та вживання літературної деталізації сприяє підсиленню переконливості та рішучості ідеї («*Winners never quit, and quitters never win*» is a lie» [84]).

Використання цитат та прислів'їв допомагає підкреслити авторитет та зміцнити авторську позицію («*You may be familiar with this old adage, often attributed to Albert Einstein*» [84]).

Тексту також характерне використання метафор та алегорій для пояснення своїх ідей: «*The definition of insanity is doing the same thing over and over and expecting different results*». Такі образні вислови зазвичай характерні для чоловічої мови, вони створюють враження впевненості та лаконічності [84]

Автор активно використовує особистий досвід та приклади, що допомагають зрозуміти його погляди на успіх і перемогу. Чоловіча мова часто спирається на конкретні факти та особистий досвід автора.

Використання висловлювань у формі першої особи однини («*I*», «*my*» [84]) сприяє зосередженню на самому авторі, що є однією з особливостей чоловічої мови. У даному тексті автор уникає вживання власних займенників і використовує загальні форми, щоб звернутися до аудиторії загалом.

Також блогер використовує фрази, які є загальноприйнятими в суспільстві, наприклад, «*Real winners don't hesitate to walk away from an unsuccessful venture*», що

дозволяє підкреслити певний стереотип або думку, що поширюється у чоловічій культурі.

Ці стилістичні особливості допомагають створити динамічний, енергійний та переконливий стиль мовлення в чоловічому блозі, що сприяє ефективному спілкуванню з аудиторією.

У дописі «Did You Do Everything You Could» автор використовує заохочувальні слова та вислови, такі як «*do your best*», «*rewarded far more than you expect*», «*pick up a copy online*», «*move forward*» [73], що надає тексту позитивного налаштування та підтримки.

Блогер також використовує загальні терміни, що зрозумілі широкому колу аудиторії, такі як «*The Money Tree*», «*business fiction*», «*New York Times*», «*YouTube Live*» [73]. Це робить текст доступним та зрозумілим для різних читачів.

Автор виражає свої почуття, відчуття розчарування та вдячності, що робить текст більш живим та емоційним, а також

Автор наводить приклади свого особистого досвіду, такого як, наприклад випуск нової книги, досвід просування книги, рефлексії після релізу. Це додає автентичності та залучає читачів до його історії.

Блогер також використовує порівняння та метафори, які передають його думки та емоції (наприклад, «*the definition of insanity is doing the same thing over and over*» [73]). Такий підхід часто зустрічається в чоловічій мові для створення більш яскравого зображення ситуації.

Важливо, що весь текст побудований на аргументації та логічних міркуваннях. Автор аналізує свій досвід та події, робить висновки із зазначенням причин та наслідків. Це стилістична особливість, яка підкреслює раціональність та аналітичність. Всі ці стилістичні особливості загалом створюють стиль чоловічого блогу, який передає наполегливість, енергію та прагнення до досягнень. Автор ставить себе на місце читача, використовує емоційне забарвлення та спрямовує текст на стимулювання читачів діяти та досягати бажаних результатів.

У дописі «This «1-3-5 Rule» Can Completely Change Your To-Do List» автор висловлюється прямо та без зайвих прикрас. Він наголошує на тому, що наводить

чіткі та конкретні інструкції: «*assume that you can only accomplish one big thing, three medium things, and five small things*» [82]. Це створює враження рішучості та визначеності.

Крім того, автор спонукає читачів до дії та впровадження нової стратегії. Використання імперативу «*knock off*», «*get to work*», «*pick one big thing*» [82] підкреслює важливість руху вперед та досягнення результатів.

Через риторичні запитання «*Do you have a cluttered and crowded to-do list?*» та «*Do you try to get everything accomplished, only to burn out and end up feeling further behind?*» [82] автор стимулює читачів задуматися про свою ситуацію та проблеми, що можуть виникати при управлінні завданнями. Такий підхід властивий чоловічому стилю мислення, який акцентує на розумовому аналізі та пошуку рішень.

Автор також використовує антитезу для зіставлення протилежних ідей, наприклад: «*important to make progress on big things*» проти «*small things we need to knock off the list*» [82]. Це допомагає висловити діаметрально протилежні погляди на підходи до досягнення цілей.

Також він декілька разів повторює ідею «*one big thing, three medium things, and five small things*» [82], для акцентування на важливості даної стратегії та підсилення запам'ятовуваності.

Сам текст має неформальний стиль мовлення, що характерне для чоловічого блогу. Наприклад, «*Simple, right?*» або «*Then get to work!*» [82] Використання такого стилю надає тексту легкості та природності.

Крім того, автор використовує відоме прислів'я «*You can't do five big things a day. But you can do five little things*» [82] для підкреслення своєї точки зору та надання вагомості своїм рекомендаціям.

В кінці тексту, автор висловлює подяку The Muse за ідею. Це демонструє типову чоловічу рису визнання чужих заслуг та високого цінування партнерства.

Важливо додати, що текст легко читається та зрозумілий. Використання простих речень та зрозумілих термінів сприяє зручному сприйняттю інформації.

Усі ці стилістичні особливості чоловічого мовлення допомагають автору наочно та переконливо донести свої ідеї, стимулювати читачів до активних дій та впровадження нової стратегії у своєму житті.

У дописі «How to Get Better At Saying No» також спостерігається використання певних стилістичних особливостей, типових для мовлення чоловіків. Так, автор висловлюється впевнено і наполегливо, звертаючись до читачів і надихаючи їх діяти. Вживання словосполучень «*you need to*», «*start declining*», «*tell the truth*» [76] допомагає підкреслити активну позицію вирішення проблеми.

Часто використовуються загальні твердження, що стосуються більшої кількості людей. Наприклад, «*if you want to be more effective*», «*for some of us*», «*unless you want to live your life completely at the direction of someone else*» [76].

Чоловіча мова також може містити інструкції і поради, які спонукають читачів до дії. Приклади цього можна побачити в реченнях: «*Here are two strategies that have been helpful to me*», «*If it was, would you say yes or politely decline?*», «*start declining more of those invitations*» [76].

В тексті можна знайти порівняння, які допомагають пояснити ідеї чи висловити певний стан. Наприклад, «*The trick is to imagine the activity you're asked about would be taking place tomorrow*», «*store it in your memory for the next time you encounter a similar scenario*» [76].

Крім того, блогер повторює ключові ідеї, щоб підкреслити їх важливість та запам'ятовуваність. Наприклад, «*if you want to be more effective, if you want to 'get more done'*», «*the struggle is real*» [76].

Часто застосовуються аналогії та образи для пояснення ідей або наведення прикладів. Наприклад, «*The trick is to imagine the activity you're asked about would be taking place tomorrow*», «*store it in your memory for the next time you encounter a similar scenario*» [76]. Аналогія «*The Future Is Now*» [76] нагадує читачам про те, що відмовляючи зараз, вони заощадають собі непотрібних зобов'язань у майбутньому.

Автор активно ділиться своїм власним досвідом, що допомагає підтримати його точку зору та поради. Наприклад, «*Here are two strategies that have been helpful to me*», «*When I turn down a request, I often say something like*» [76].

У тексті також використовуються скорочені форми (такі як «*you're*», «*can't*», «*I'd*» [76]), що є характерними для неформального та природного мовлення.

Використання цих стилістичних особливостей допомагає зробити мовлення автора більш емоційним, прямим і переконливим, а також спрямованим на досягнення конкретних результатів.

Допис «*Beyond Perfect*» також має кілька стилістичних особливостей, які можна віднести до типових для чоловічого мовлення. Так, автор використовує активний та енергійний стиль мовлення. Він виражає свої думки та погляди впевнено, без зайвих омивань, що є характерним для більшої частини чоловіків, особливо в професійному контексті.

Автор часто звертає увагу на досягнення та успіхи, наприклад, коли описує свої виступи, він зосереджується на поступовому покращенні, впровадженні змін та досягненні комфорту взаємодії з аудиторією. Це підкреслює стилістичні риси чоловічого способу мислення, який часто зосереджений на цілях та прогресі.

Блогер вживає неформальні вислови, такі як «*hate*», «*Side note*», «*gonna*», «*pretty sure*», «*it feels better and better*» [70], що додає розмовність та живості до тексту. Це теж типові риси чоловічого мовлення, яке часто використовує менш формальну лексику.

Автор також надає практичні приклади зі своєї власної діяльності, такої як виступи та писання книг, щоб підтвердити свої думки та поради. Це характерне для чоловічої мови, яка нерідко базується на конкретних доказах та досвіді.

Загалом, стилістичні особливості мовлення в даному блозі відображають типові риси чоловічої комунікації, що включає активний, рішучий тон, фокус на досягненнях та використання практичних прикладів для підкріплення думок.

У дописі «*To Stop Insanity, It's Not Just About Doing Things Differently*» переважають активні конструкції, що надає тексту енергійності та динамізму. Наприклад, фраза «*Or maybe you should try, try, again—but you should try again in a different way*» [83] використовує повторення та дієслово, що виражає дію «*try*», щоб акцентувати на необхідності намагатися знову і змінити підхід.

Автор використовує переважно стверджувальні речення, які додають тексту рішучості та впевненості. Наприклад, «*Most of us are smart enough to realize that if we try something new and it doesn't work, we can't just keep trying the same way and expect different results*» [83].

Блогер також включає в текст афоризм «*The definition of insanity is doing the same thing over and over and expecting different results*» [83], який надає тексту авторитетності та варіативності. Цитати часто використовуються для підкреслення авторських думок і зміцнення думки читачів.

Крім того, в тексті зустрічаються порівняння, такі як «*Even mice in a maze will learn to adapt and attempt different solutions*» [83]. Вони допомагають лаконічно і виразно передати думки автора і зрозуміти певні поняття через використання аналогій.

Автор Також часто використовує питання для активізації читачів і залучення їх до роздумів. Наприклад, «*Why isn't it working?*» [83] підтримує ідею тексту і спонукає читача роздумувати про свої дії і результати.

Усі ці стилістичні особливості сприяють тому, що текст має мотивуючий і динамічний характер, що є типовим для чоловічого стилю мови у блогах.

Порівнявши стилістичні особливості вираження гендеру у жіночому та чоловічому блогах, можна зробити наступні висновки:

Жіночий стиль характеризується більшим інформальним тоном та застосуванням емоційно забарвлених слів, що сприяє створенню близькості з аудиторією. Використання риторичних питань, метафор та образів підсилює виразність та емоційний вплив тексту. Жіночі блоги часто надають підтримку та співпереживання, використовуючи займенники у першій особі множини та образні порівняння. Зосередженість на власному досвіді та відмова від займенників першої особи множини робить стиль особистішим та спрямованим на аудиторію.

У чоловічому стилі певних блогів, зокрема, можна помітити більше аргументації, логічності та використання рішучих тверджень. Контрастні звороти, супротивні речення та антитези використовуються для створення враження переконаності та довіреності. Використання загальних термінів та понять може

здаватись більш загальним та універсальним. Неформальний стиль та вживання прислів'їв, приказок, рекомендацій та порад підтримують комунікативну атмосферу та можуть стимулювати до дії.

Обидва стилі використовують емоційно забарвлені слова та повторення для підсилення ефекту імпаку. Використання персонального досвіду та аналогій допомагає читачам легше сприймати ідеї та концепції. Загалом, стилістичні особливості вираження гендеру в жіночому та чоловічому блогах відображають різні підходи до комунікації та спілкування з аудиторією. Жіночі блоги акцентують на емоційному зв'язку, підтримці та особистій ідентичності, тоді як чоловічі блоги більше спрямовані на логіку, аргументацію та стимулювання до дії. Ці відмінності можуть відповідати різним інтересам, цінностям та очікуванням аудиторії, що впливає на створення та сприйняття контенту (див. Табл. 3.4).

Таблиця 3.4

Стилістичні особливості вираження гендеру у жіночому та чоловічому блогах

| Жіночий блог | Чоловічий блог |
|------------------------------------------------|------------------------------------------|
| Інформальний тон | Аргументація та логічність |
| Використання риторичних питань | Контрастні звороти та супротивні речення |
| Використання емоційно забарвлених слів | Використання рішучих тверджень |
| Використання метафор | Вживання простої мови |
| Використання авторитетних осіб та посилань | Зосередженість на власному досвіді |
| Підтримка та співпереживання | Використання стереотипів |
| Використання абревіатур та емотиконів | Вживання заохочувальних висловів |
| Експресивні слова | Вживання загальних термінів та понять |
| Рекомендації та поради | Використання емоційно забарвлених слів |
| Використання образів | Використання персонального досвіду |
| Повторення | Конкретність |
| Використання займенника у першій особі множини | Імператив |
| Вживання інтер'єкцій та вигуків | Риторичні запитання |
| Вживання образних порівнянь | Антитези |
| Вживання зменшувально-пестливих виразів | Повторення |
| Вживання описових слів | Неформальний стиль |
| Зосередженість на власному досвіді | Вживання прислів'їв та приказок |
| Відмова від займенників першої особи множини | Рекомендації та поради |
| | Аналогії та образи |

| | |
|--|------------|
| | Порівняння |
|--|------------|

ВИСНОВКИ

Дана дипломна робота мала на меті дослідити та проаналізувати мовні особливості, що використовуються у блогах для жінок та чоловіків, зокрема лексичні, синтаксичні, граматичні та стилістичні засоби вираження гендеру, а також здійснити порівняльний аналіз з метою виявлення різниці та схожості у способах комунікації для різних гендерних груп.

У процесі дослідження були виконані всі поставлені завдання, вивчено попередні дослідження гендеру та його функціонування в сучасній лінгвістиці, описано мовні способи вираження гендеру, визначені існуючі типології Інтернет-дискурсу та охарактеризовано блог як його елемент.

Так, було виявлено, що гендер є важливим аспектом мовного аналізу, оскільки впливає на структуру мови, вибір лексики, синтаксичні особливості та способи комунікації. Відповідно до попередніх досліджень, гендер може впливати на стереотипи, стосунки в суспільстві, а також створювати і підтримувати нерівноправність між чоловіками та жінками.

Крім того, було досліджено існуючі визначення та типології Інтернет-дискурсу. Відзначено, що Інтернет-дискурс є особливим видом мовленнєвої діяльності, який формується у віртуальному середовищі та може відрізнитися від традиційних форм комунікації.

Було описано блог як особливий тип Інтернет-дискурсу. Зазначено, що блог є платформою для особистого вираження думок, ідеалів та досвіду автора. Це дозволяє авторам встановлювати близький зв'язок з аудиторією та залучати її до діалогу.

В роботі були проаналізовані лексичні особливості мовного вираження гендеру в англійськомовних блогах для жінок та чоловіків. Виявлено, що в жіночих блогах частіше використовуються неформальний лексичний стиль, слова з позитивним значенням, що підкреслюють самовизначення та індивідуальність автора. Також використовуються мотиваційні слова та фрази, що стимулюють читачів до дії. В чоловічих блогах преобладає проста інформативна лексика, активні слова та фрази, що спонукають до дії. Такі особливості мовного вираження в жіночих та чоловічих

блогах допомагають підкреслити індивідуальні риси та стили комунікації для кожної гендерної групи.

Стосовно синтаксичних засобів вираження гендеру у блогах, було виявлено, що в жіночих блогах частіше використовуються безособові речення, складнопідрядні речення, переліки, питальні та окличні речення, а також звернення до читача, умовні речення та логічні зв'язки. У чоловічих блогах переважають прості речення та прямі вислови, вживання інфінітивних конструкцій, загальних форм займенників, питальних речень та заперечних конструкцій. Ці синтаксичні особливості визначають спосіб вираження думок та підкреслюють емоційність та експресивність виразу для кожної гендерної групи.

Також було розглянуто граматичні особливості вираження гендеру у блогах. Виявлено, що в жіночих блогах частіше вживаються іменники у жіночому роді, особові займенники першої особи однини та множини, невизначений артикль, дієприкметники, а також неозначений займенник «someone». У чоловічих блогах преобладають більше займенників чоловічого роду, використання минулого часу та дієслів у Present Perfect та Past Simple, а також вживання наказового способу та неособових конструкцій. Ці граматичні особливості допомагають виразити ідентичність та стереотипи для кожної гендерної групи.

Крім того, було досліджено стилістичні особливості вираження гендеру та їх роль у формуванні ідентичності авторів у блогах. Виявлено, що у жіночих блогах поширені риторичні питання, емоційно забарвлені слова, метафори, використання авторитетних осіб та емотиконів, що підкреслює підтримку та співпереживання. У чоловічих блогах характерні аргументація та логічність, контрастні звороти та супротивні речення, а також стереотипи та заохочувальні вислови. Ці стилістичні особливості відображають різні підходи до спілкування та комунікації для кожної гендерної групи.

Порівняльний аналіз мовного вираження гендеру в англійських блогах дозволив виявити різницю та схожість у способах комунікації між жінками та чоловіками. Жіночі блоги мають більш емоційний та підтримуючий характер, тоді як чоловічі блоги відзначаються більшою логічністю та аргументацією. Отже, можна

зробити висновок, що мова є важливим інструментом формування ідентичності та взаєморозуміння між різними гендерними групами, тому вивчення мовних особливостей важливе для більш глибокого розуміння комунікації та культурних аспектів гендерної ідентичності.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Андрійченко Ю. В. Особливості виникнення гендерних досліджень у лінгвістиці на сучасному етапі. *Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету*. 2020. № 44. С. 92–95.
2. Біловус Л., Яблонська Н., Гомотюк О. Блог як мовленнєвий жанр – еволюція епістолярного жанру. 2020. С. 1–18.
3. Велика І. О., Тупахіна О. В. Феномен «Інтернет-дискурс» у сучасній науковій парадигмі. *Science and Education a New Dimension*. 2017. № 39. С. 61–64.
4. Вжещ Я. Л. Інтернет-дискурс: проблема визначення поняття, особливості структури. *Вісник ЛНУ імені Тараса Шевченка*. 2012. № 14. С. 15–19.
5. Горошко Е. Гендерная проблематика в языкознании: введение в гендерные исследования. Харьков : ХЦГИ, 2001. 509 с.
6. Грабійчук М. В. Поняття «гендер» у сучасній науковій парадигмі. *Молодий вчений*. 2020. № 6. С. 369–372.
7. Гудзь Н. О. Інтернет-дискурс – невід’ємна складова сучасної комунікації. *Вісник Житомирського державного університету*. 2013. № 4. С. 228–232.
8. Гендерні студії в літературознавстві / ред. В. Л. Погребна. Запоріжжя : ЗНУ, 2008. 222 с.
9. Литовченко Д. Гендерний аспект Інтернет-спілкування (на матеріалі блогів, форумів та чатів). *Мовні і концептуальні картини світу*. 2013. № 43. С. 284–291.
10. Маслова Ю. П. Мовна реперзентація гендеру. *Наукові записки*. 2009. № 12. С. 224–233.
11. Маслова Ю. П. Особливості розвитку гендерних лінгвістичних досліджень в Україні й закордоном. *Наукові записки Національного університету «Острозька академія»*. 2015. № 57. С. 100–105.

12. Мірошниченко І. Г. Сучасні підходи до типології мас-медійного дискурсу. *Сучасний мас-медійний простір: реалії та перспективи розвитку* : матеріали II Всеукр. наук.-практ. конф., м. Вінниця. Вінниця, 2016. С. 227–231.
13. Рагімова Е. І. Лінгвістичні засоби вираження гендеру в англійській мові. *Перекладацькі інновації* : матеріали IX Всеукраїнської студентської науково-практичної конференції, м. Суми, 14–15 берез. 2019 р. 2019. С. 160–162.
14. Семашко Т. Гендерна лінгвістика в системі сучасної мовознавчої науки. *Вісник Маріупольського державного гуманітарного університету*. 2010. №3. С.166–170
15. Ставицька Л. О. Сучасний стан лінгвогендерологічних досліджень в Україні. *Мовознавство*. 2008. № 2-3. С. 236–246.
16. Старкова Г. В. Міф у кіберпросторі: Інтернет як простір втілення неоміфологем. URL: www.nbu.gov.ua/portal/soc_gum/ku/2011_34/34-1-20.pdf (дата звернення: 11.03.2023).
17. Степанова О. Р. Сутність та походження поняття «гендер». *Сучасні проблеми управління підприємствами: теорія та практика*. 2017. С. 1–2.
18. Столярова М. О. Етикет у віртуальній англійській комунікації (на матеріалі чатлайнових сесій) : дис. ... канд. філол. наук : 10.02.04. Київ, 2005. 209 с.
19. Фролова І. Є. Стратегія конфронтації в англійському дискурсі. Х. : ХНУ імені В. Н. Каразіна, 2009. 344 с.
20. Фуко М. Правила промови. К. : Основи, 1994. 406 с.
21. Шевченко І. С. Дискурс як когнітивно-комунікативний феномен. Харків : Константа, 2005. 356 с.
22. Шкворченко Н. Інтернет-дискурс як лінгвістична категорія. *Актуальні питання гуманітарних наук*. 2019. Т. 3, № 23. С. 62–68.
23. Abdalgane M. Gendered Language: A Study of Sociolinguistic Theories and Approaches. *Asian ESP Journal*. 2021. No. 17. P. 204–215.
24. Barthes R. Introduction a l'analyse structural des recits. Paris : Communications, 1966. 512 p.

25. Baumer E. Bloggers and Readers Blogging Together: Collaborative Co-creation of Political Blogs. URL: <https://link.springer.com/article/10.1007/s10606-010-9132-9> (date of access: 11.03.2023).
26. Belova A. D. Gender vs grammatical gender in modern english. *Studia linguistica*. 2020. No. 17. P. 9–21.
27. Blood R. Weblogs: A history and perspective. Rebecca's Pocket. 2000. URL: http://www.rebeccablood.net/essays/weblog_history.html (date of access: 11.03.2023).
28. Christie C. Gender and language: Towards a Feminist Pragmatics. Edinburgh university press, 2000. 202 p.
29. Crystal D. Language and the Internet. Cambridge University Press, 2006. 257 p.
30. Crystal D. Internet Linguistics: A Student Guide. London : Routledge, 2011.
31. Deborah C. The Feminist Critique of Language. London : Routledge, 1998. 388 p.
32. Dergach D. V. Research variations of blog analysis: genre or format? *Notes on Ukrainian Linguistics. Suggestive Linguistics, Communicative Linguistics*. 2020. No. 27. P. 291–299.
33. Dijk T. A. van. The study of discourse. Discourse as structure and process. *Discourse studies: A multidisciplinary introduction*. 1997. 253 p.
34. Dubois B. L., Crouch I. The question of tag questions in women's speech: they don't really use more of them, do they? *Language in Society*. 1975. No. 4. URL: <https://doi.org/10.1017/S0047404500006680> (date of access: 13.04.2023).
35. García G. A. Changes in self-concept: female assertiveness in weblog writing. *Feminismo's*. 2009. No. 14. P. 53–70.
36. Georgakopoulou. A. Small Stories, Interaction and Identities. Amsterdam : John Benjamin, 2007.
37. Giltrow J., Stein D. Genres in the Internet: Issues in the Theory of Genre. *John Benjamins Publishing Company*. 2009. P. 85–112.
38. Grafton K. Situating the public social actions of blog posts. 2009.

39. Gulich O. O., Hnyria A. Features of the Internet blogs language. *Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету*. 2023. Vol. 1, No. 59. P. 80–83.
40. Harris Z. *Methods in Structural Linguistics*. Baltimore : The Johns Hopkins University Press, 1953. 132 p.
41. Herring S. C., Scheidt L. A., Bonus S., Wright E. Weblogs as a bridging genre. *Information. Technology & People*. 2005. No. 18. P. 142–171.
42. Hewitt H. *Blog: Understanding the information reformation that's changing your world*. Nashville : Thomas Nelson Inc., 2005. 256 p.
43. Hoffman C. R. Cohesive profiling. Meaning and Interaction in Personal weblogs. URL: <https://books.google.com.ua/books?id=e4KUoXwG7FMC&printsec=frontcover&hl=ru#v=onepage&q&f=false> (date of access: 14.04.2023).
44. Jurida S. H. Linguistic properties and aspects of blogging within the context of Netspeak. *Jezikoslovlje*. 2013. P. 517–536.
45. Kluver R. Globalization, Informatization, and Intercultural Communication. *American Communication Journal*. Vol, 3. No. 3. 2000. URL: <http://www.acjournal.org/holdings/vol3/Iss3/spec1/kluver.htm> (date of access: 13.04.2023).
46. Lakoff R. *Language and Woman's Place: Text and Commentaries (Studies in Language and Gender)*. New York : Oxford University Press, 1975. 325 p.
47. Laoli C. I. M. Gender Differences in the Use of Personal Pronouns in Television Advertisements. *Annual International Conference on Language and Literature (AICLL)*. 2021. P. 175–188.
48. Li J. A Sociolinguistic Study of Language and Gender in Desperate Housewives. *Theory and Practice in Language Studies*. 2014. Vol. 4, No. 1. P. 52–57.
49. Linde Ch. *Narrative and the Iconicity of the Self. Life Stories: The Creation of Coherence*. New York : Oxford University Press, 1993. P. 98–126.
50. McLuhan M., Nemira E.. București, 2006. P. 112.
51. Nardi B. A., Schiano D. J., Gumbrecht M., Swartz L. H. Why we blog? *Communications of the ACM*. 2004. No. 47. P. 41–46.

52. Nowson S., Oberlander J. The Identity of Bloggers: Openness and gender in personal weblogs. 2006. URL: <https://www.researchgate.net/publication/221251200> (date of access: 17.05.2023).
53. Nypadymka A. Genre features and place of psychological Internet-discourse in discourse typology. *Актуальні питання гуманітарних наук*. 2021. Vol. 2, No. 39. P. 164–168.
54. Obaidullah M. Meaning and Definitions of Gender. *University of Barishal*. 2021. P. 1–11.
55. Pohrebniak I. V. Blogging as a form of modern network art and journalism genre. *Scientific notes of TNU named after V. I. Vernadskyi*. 2020. No. 31. P. 229–233.
56. Pryzgodna J., Chrisler J. Definitions of Gender and Sex: The Subtleties of Meaning. *Sex Roles*. 2000. Vol. 7, No. 43. P. 553–569.
57. Ratanaphithayaporn J., Rodrigo R. Gender inclusive language Impacts on international university students perception of how involved they are in society. 2020. P. 71–86.
58. Roig M. A. Keeping up with the digital age: New data sources in research on languages for specific purposes. *Journal of the European Association of Languages for Specific Purposes*. 2017. No. 34. 283–292.
59. Rusko T. English computer discourse: some characteristic features/Kai kurios angļu kalbos kompiuterinio diskurso ypatybes. *Coactivity: Philology, Educology*. 2013. Vol. 2, no. 21. P. 139.
60. Steblyna N. Thoughts on blog as a genre. To the problem of the web-text functionality. *Problems of Contemporary Literary Studies*. 2016. No. 22. P. 54–65
61. Subon F. Gender Differences in the Use of Linguistic Forms in the Speech of Men and Women in the Malaysian Context. *IOSR Journal of Humanities and Social Science (IOSR-JHSS)*. 2013. No. 3. P. 67–79.
62. Sunderland J. *Language and gender*. London and New York : Routledge, 2006. 385 p.
63. Tirado F. *Positioning Theory and Discourse Analysis: Some Tools for Social Interaction Analysis*. URL:

<http://www.qualitative-research.net/index.php/fqs/article/view/248/547> (date of access: 16.04.2023).

64. Tomaskova R. University research blogs: constructing identity through language and images. *European Journal of English Studies*. 2021. No. 25. P. 385–403.

65. Wodak R. *Gender and Discourse*. London : Sage, 2003.

66. Xia X. Gender Differences in Using Language. *Theory and Practice in Language Studies*. 2013. No. 8. P. 1485–1489.

67. Zou H., Hyland K. Academic blogging: Scholars' views on interacting with readers. *Journal of the European Association of Languages for Specific Purposes*. 2020. No. 39. P. 267–294.

Список лексикографічних джерел та джерел ілюстративного матеріалу

68. About Marie Forleo, Founder of MarieTV & B-School. *Marie Forleo | Host of MarieTV, Entrepreneur & Philanthropist*. URL: <https://www.marieforleo.com/about> (date of access: 22.06.2023).

69. Asking for Help Is Hard “ Do It Anyway. *Marie Forleo | Host of MarieTV, Entrepreneur & Philanthropist*. URL: <https://www.marieforleo.com/blog/asking-for-help> (date of access: 22.06.2023).

70. Beyond Perfect. *the art of non-conformity*. URL: <https://chrisguillebeau.com/beyond-perfect> (date of access: 22.06.2023).

71. Big Life Transition? How to Decide Your Next Step in Life. *Marie Forleo | Host of MarieTV, Entrepreneur & Philanthropist*. URL: <https://www.marieforleo.com/blog/decide-next-step-in-life> (date of access: 22.06.2023).

72. Collins Online Dictionary | *Definitions, Thesaurus and Translations*. *Collins Online Dictionary | Definitions, Thesaurus and Translations*. URL: <https://www.collinsdictionary.com/> (date of access: 11.03.2023).

73. Did You Do Everything You Could?. *the art of non-conformity*. URL: <https://chrisguillebeau.com/did-you-do-everything-you-could> (date of access: 22.06.2023).
74. Five Pick-Me-Ups | Cup of Jo. *Cup of Jo*. URL: <https://cupofjo.com/2023/07/20/five-pick-me-ups-2/> (date of access: 22.06.2023).
75. Four Fun Things | Cup of Jo. *Cup of Jo*. URL: <https://cupofjo.com/2021/10/20/rescue-movie-trailer/> (date of access: 22.06.2023).
76. How to Get Better At Saying No. *the art of non-conformity*. URL: <https://chrisguillebeau.com/how-to-get-better-at-saying-no> (date of access: 22.06.2023).
77. How to Make Big Profits with Your Small Business. *Marie Forleo | Host of MarieTV, Entrepreneur & Philanthropist*. URL: <https://www.marieforleo.com/blog/small-business-advice> (date of access: 22.07.2023).
78. Is it Time to Move On? How to Know Whatâ€™s Next. *Marie Forleo | Host of MarieTV, Entrepreneur & Philanthropist*. URL: <https://www.marieforleo.com/blog/when-to-move-on-life-transitions> (date of access: 22.06.2023).
79. Longman Exams Dictionary. London: Pearson Education Limited, 2006. 1834 p.
80. Macmillan English Dictionary. London: Macmillan, 2007. 1747.
81. Success and Love â€™ ” How to Have it ALL. *Marie Forleo | Host of MarieTV, Entrepreneur & Philanthropist*. URL: <https://www.marieforleo.com/blog/limiting-beliefs-in-relationships> (date of access: 22.06.2023).
82. This «1-3-5 Rule» Can Completely Change Your To-Do List. *the art of non-conformity*. URL: <https://chrisguillebeau.com/to-do-list-1-3-5-rule> (date of access: 22.06.2023).
83. To Stop Insanity, It’s Not Just About Doing Things Differently. *the art of non-conformity*. URL: <https://chrisguillebeau.com/to-stop-insanity-its-not-just-about-doing-things-differently> (date of access: 22.06.2023).

84. Winners Give Up All The Time. *the art of non-conformity*.

URL: <https://chrisguillebeau.com/winners-give-up-all-the-time> (date of access: 22.06.2023).