

Министерство науки и высшего образования РФ  
Федеральное государственное автономное  
образовательное учреждение высшего образования  
«**СИБИРСКИЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ**»

Институт филологии и языковой коммуникации  
Кафедра теории германских и романских языков и прикладной лингвистики

УТВЕРЖДАЮ  
Заведующий кафедрой  
О.В. Магировская  
« \_\_\_\_ » \_\_\_\_\_ 2024

**БАКАЛАВРСКАЯ РАБОТА**

45.03.02 Лингвистика

**ОБРАЗ ЖЕНЩИНЫ В ИСПАНОЯЗЫЧНОМ ДИСКУРСЕ  
МАСКУЛИЗМА  
(НА МАТЕРИАЛЕ СОЦИАЛЬНЫХ МЕДИА)**

Научный руководитель	_____	канд. филол. наук, доц. каф. ТГРЯиПЛ Ю.А. Горностаева
Выпускник	_____	М.С. Калайджян
Нормоконтролер	_____	Д.М. Тербалян

Красноярск 2024

## СОДЕРЖАНИЕ

<b>ВВЕДЕНИЕ .....</b>	<b>3</b>
<b>ГЛАВА 1. ДИСКУРС МАСКУЛИЗМА КАК ОСОБЫЙ ТИП СОЦИАЛЬНОГО ДИСКУРСА В АСПЕКТЕ ДИСКУРСИВНОГО КОНСТРУИРОВАНИЯ ОБРАЗА.....</b>	<b>6</b>
1.1. Социальный дискурс как объект лингвистических исследований: структурное содержание и сущностные характеристики.....	6
1.2. Masculinismo как социальная проблема: к истории вопроса.....	9
1.3. Дискурс социальных сетей как пространство для обсуждения острых социальных вопросов.....	14
1.4. Дискурсивные средства конструирования образа в дискурсе социальных сетей.....	18
1.5. Понятие мультимодальности в лингвистической науке.....	22
1.6. Мультимодальный анализ как комплексный метод исследования текста .....	25
1.7. Образ женщины в контексте лингвистических исследований: обзор научной литературы .....	27
<b>ВЫВОДЫ ПО ГЛАВЕ 1 .....</b>	<b>30</b>
<b>ГЛАВА 2. ОБРАЗ ЖЕНЩИНЫ В ИСПАНОЯЗЫЧНОМ ДИСКУРСЕ МАСКУЛИЗМА.....</b>	<b>33</b>
2.1. Вербальная репрезентация образа женщины-лгуњи в дискурсе маскулизма .....	33
2.2. Вербальная репрезентация образа женщины-тирана в дискурсе маскулизма .....	37
2.3. Вербальная репрезентация образа женщины-феминистки в дискурсе маскулизма .....	40
2.4. Визуальные средства конструирования образа женщины в дискурсе маскулизма .....	43
<b>ЗАКЛЮЧЕНИЕ .....</b>	<b>62</b>
<b>СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ .....</b>	<b>66</b>

## ВВЕДЕНИЕ

Маскулизм является активно распространяющимся общественным движением, которое на данный момент обрело особую популярность в странах Латинской Америки. Идеология маскулизма вызывает споры, поскольку основана на желании мужчин бороться за свои права, которые, как считают активисты данного движения, в некоторых социальных аспектах ущемляются на протяжении всей истории человечества. С течением времени маскулизм получил широкое распространение в пространстве социальных медиа и сформировал уникальный образ женщины внутри него.

**Актуальность** данной работы обусловлена несколькими факторами: 1) растущим числом научных публикаций в базе данных *Web of Science*, посвященных антифеминистским движениям, в т. ч. маскулизму; 2) тем, что большая часть научных публикаций, в центре внимания которых находятся антифеминистские движения, – на испанском языке; 3) ведущей ролью, которую играет опосредованный социальными медиа испаноязычный дискурс маскулизма в процессе продвижения антифеминистских взглядов в современном обществе; 4) отсутствием отечественных лингвистических исследований, посвященных дискурсу маскулизма.

**Объектом** исследования является образ женщины в испаноязычном дискурсе маскулизма, а **предметом** – вербальные и невербальные средства дискурсивного конструирования образа женщины в испаноязычном дискурсе маскулизма.

**Цель** исследования – выявить вербальные и невербальные средства конструирования образа женщины в испаноязычном дискурсе маскулизма.

Поставленная цель предполагает решение следующих **задач**:

- 1) описать дискурс маскулизма как особый тип социального дискурса;
- 2) определить дискурс социальных медиа и охарактеризовать его роль в процессе формирования социально значимых идей;

3) описать процесс дискурсивного конструирования образа в массмедийном дискурсе;

4) рассмотреть понятие мультимодальности в лингвистической науке, а также особенности проведения мультимодального анализа;

5) представить обзор современных лингвистических трудов, посвященных изучению традиционного образа женщины, а также вербальных и невербальных средств его конструирования;

6) проанализировать вербальную и невербальную специфику конструирования образа женщины в испаноязычном дискурсе маскулизма на материале социальных медиа.

**Методы** исследования: мультимодальный анализ, дискурсивный анализ, лексико-семантический анализ, анализ дискурсивных стратегий, коммуникативный анализ.

**Практическая значимость** исследования обусловлена возможностью использования его результатов в рамках изучения страноведения испаноязычных стран, социолингвистики, коммуникативной лингвистики, а также для формирования у студентов наиболее яркого представления о социальном устройстве общества в испаноязычных странах.

**В качестве материала** исследования выступают мультимодальные тексты на испанском языке общим объемом около 50000 знаков, взятые из социальных медиа на испанском языке, занимающихся продвижением идей маскулизма (*Pinterest*).

**Теоретико-методологическая база** включает в себя источники, повествующие о сущности социального дискурса И. Гоффмана, В.В. Красных, Л.П. Крысина, К. Леви-Стросса, А. Мейе, Е.Ф. Серебренниковой, Ю.С. Степанова, Ю. Хабермаса; дискурса маскулизма М. Блайса, Ю.А. Горностаевой, М. Кауфмана, Н.Л. Пушкарёвой, Д. Родригеса; исследования, посвященные дискурсу социальных сетей (медиа) Е.С. Абрамовой, Д.Н. Баранова, Т.Г. Добросклонской, А.А. Ефанова, М.Н. Крылова, Д. Мурти, А.С. Рябовой; мультимодальности и

мультимодальному анализу А.А. Кибрик, Г.Е. Крейдлина, Г. Кресс, Ю.В. Сорокиной; работы по дискурсивному конструированию образа Ю.В. Балакиной, П. Бергера, В.А. Лабунской, М.Ю. Товкес; лингвистические труды посвящённые изучению образа женщины О.Н. Варламовой, О.Н. Ворошиловой, Е.В. Косинцевой, А.С. Песиковой.

**Структура работы:** бакалаврская работа состоит из введения, основной части, включающей две главы, заключения и списка литературы.

**Введение** содержит в себе информацию об актуальности работы, целях и задачах, объекте и предмете исследования, а также описывает материал и теоретическую базу исследования.

**Первая глава** является теоретической частью исследования и отображает суть таких ключевых понятий, как «дискурс», «социальный дискурс», «дискурс социальных сетей», «мультимодальность», «образ» и «маскулизм».

Во **Второй главе** представлен анализ языкового материала, а именно – мультимодальных текстов. Анализ направлен на выделение вербальных и невербальных средств конструирования образа женщины в испаноязычном дискурсе маскулизма.

**Заключение** представляет собой обобщение результатов работы с обозначением её дальнейших перспектив.

**Апробация:** результаты исследования были представлены на XV международной научно-практической конференции молодых исследователей «Язык, дискурс, (интер)культура в коммуникативном пространстве человека» (Красноярск, 2023).

# ГЛАВА 1. ДИСКУРС МАСКУЛИЗМА КАК ОСОБЫЙ ТИП СОЦИАЛЬНОГО ДИСКУРСА В АСПЕКТЕ ДИСКУРСИВНОГО КОНСТРУИРОВАНИЯ ОБРАЗА

## 1.1. Социальный дискурс как объект лингвистических исследований: структурное содержание и сущностные характеристики

Рассматривая понятие «социальный дискурс», в первую очередь, следует дать определение самому термину «дискурс». Данный термин берёт начало от французского «*discourse*», означающего «речь», которое в свою очередь восходит к латинскому «*discursus*» – «бег взад и вперед», а также «разговор» [Onions, 1966: 272]. В 1952 году американский лингвист Зеллинг Харрис впервые использовал данную лексему в качестве основного термина своей статьи, посвященной анализу языка рекламы, и с тех пор оно стало часто использоваться в современной лингвистике, антропологии, литературоведении, этнографии, социологии, социолингвистике, философии, психолингвистике, а также когнитивной психологии [Harris, 1952].

С развитием учения о языке термин «дискурс» отчасти утратил ранее присущие ему толкования и приобрел множество новых интерпретаций ввиду его переосмысления в свете тенденций к междисциплинарному рассмотрению языка, что, однако, не способствует однозначности его восприятия.

Таким образом, понятие «дискурс» можно интерпретировать двояко. С одной стороны, он функционирует в качестве катализатора побуждающего человека говорить. С другой стороны, он представляет собой социальную практику и формирует реальность. Так, дискурс – это «одновременно и процесс, и результат в виде сложившихся способов, правил и логики обсуждения чего-либо» [Фуко, 1996: 72].

В.В. Красных поддерживает идею двойственности дискурса, утверждая, что он имеет два плана – собственно лингвистический и лингвокогнитивный. Первый связан с языком, манифестирует себя в используемых языковых

средствах и проявляется в совокупности порожденных текстов (дискурс как результат). Второй связан с языковым сознанием, обуславливает выбор языковых средств, влияет на порождение (и восприятие) текстов, проявляясь в контексте и пресуппозиции (дискурс как процесс) [Красных, 2001].

Под дискурсом в широком смысле принято понимать «всякое высказывание, предполагающее говорящего и слушающего и намерение первого определённым образом воздействовать на второго» [Бенвенист, 2002: 299].

Ю.С. Степанов рассматривает дискурс как отражение языковой и социокультурной реальности и обосновывает такое понимание тем, что дискурс является особым способом использования языка для выражения ментальности, что отражается в особой грамматике и правилах лексики и, в конечном счете, создает особый «ментальный мир» [Степанов, 2019].

Социальность представляет собой принадлежность человека к обществу, а также наделение его той или иной социальной ролью, которая предполагает подчинение определённым правилам и требованиям. Она обладает не инстинктивной, а сознательной природой. То есть человек обладающий ею должен уметь мыслить, анализировать и оценивать всё происходящее вокруг него для того, чтобы в конечном счёте принять верное решение, непротиворечащее нормам общества. Язык является неотъемлемой частью и одним из главных инструментов данного процесса [Серебренникова, 2012].

Ориентир на изучение социальной природы языка впервые появился в работах И. Гоффмана, К. Леви-Строса, М. Мосса. Впоследствии получил развитие в трудах других отечественных и зарубежных лингвистов – Л.П. Крысина, А. Мейе, Е.Д. Поливанова, Е.М. Поспелова, Ю. Хабермаса и др. Сама социальная интерпретация языка подразумевает рассмотрение его в неразрывной связи с обществом, изучение процессов порождения социально значимых смыслов, рассмотрение языковых особенностей конкретных социальных групп, а также выявление признаков «социального нездоровья»,

приводящего к дестабилизации отношений между группами и конфликтами [Серебренникова, 2012].

Рассматривая взаимодействие языка и общества в коммуникативном и дискурсивном пространстве, лингвисты начинают выделять особый вид дискурса – социальный дискурс. В наиболее простом толковании социальный дискурс представляет собой своеобразное поле выражения и мышления, принятые в определённом обществе. Это господствующие идеи, вопросы, проблемы, которые высказываются и думаются в конкретном ключе и имеют заранее заданную вариативность. Может показаться, что такое явление характерно исключительно для тоталитарного режима, однако оно присуще любому коллективу, даже свободному и демократичному [Борзых, 2020].

Социальный дискурс финализован. Будучи организованным вокруг смысла, он стремится дойти до конца, свершиться как под влиянием фактора времени, так и аксиологически, поскольку говорящий стремится донести до другого именно смысл послания, который ценностно обусловлен для человека, живущего в обществе. Дискурс, будучи действенным актом, исходящим от сильной позиции говорящего, эмануирует властный позыв, властный эффект. Говорить с кем-то – это значит одновременно спрашивать кого-то, вынуждать к реагированию, занимать дискурсивную позицию [Серебренникова, 2012].

Социальный дискурс, как и любой другой тип дискурса, может быть охарактеризован по следующим критериям:

1) связность (*cohesion*) – обеспечивает адекватное толкование текста и подразумевает, что все элементы в нём должны быть взаимосвязаны и зависимы друг от друга;

2) целостность (*coherence*) – это фактор, который «привнесён в текст извне, обычно это знания, которыми, предполагается, обладают слушатель или читатель» [Renkema, 2004: 49];

3) намерение (*intentionality*) – говорящий произносит сообщение с целью оказания определённого влияния на слушающего;

- 4) приемлемость (*acceptability*) – информация должна быть допустимой и приемлемой оптимальной для распространения в обществе;
- 5) информативность (*informativeness*) предполагает обязательное наличие новой информации, ранее не известной адресату;
- 6) ситуативность (*situationality*) – использование дискурса должно быть уместно в той или иной ситуации;
- 7) интертекстуальность (*intertextuality*) – последовательность предложений должна быть связана по форме или содержанию другими последовательностями предложений [Renkema, 2004: 50].

Под социальным дискурсом следует понимать дискурс, в котором продвигаются социально важные, значимые смыслы [Angenot, 2006: 13]. Мир реального бытия движим удовлетворением потребностей, порождает интересы, запросы, желания, которые, с одной стороны, нацелены на будущее, с другой, определяют состояние социального мира в постоянной динамике, когда сталкиваются различные позиции и оценки, что обнажает «нерв» социальной жизни, образуемый «болевыми точками»: проблемами социальной справедливости, национальной и индивидуальной идентичности, личного пространства, свободы, стандартов достойной «жизни», неопределенности будущего и вызовов времени [Серебренникова, 2012].

Так, социальный дискурс нацелен не только на информирование реципиента, но и на оказание на него прямого и непосредственного влияния. Основной задачей социального дискурса является изменение мнения всего общества или конкретной социальной группы, а также привлечение внимания людей к какому-либо конкретному социально значимому вопросу с целью его дальнейшего продвижения и развития.

## 1.2. *Masculinismo* как социальная проблема: к истории вопроса

Настоящее исследование написано в русле гендерной лингвистики, которая возникла на стыке лингвистики и гендерологии и имеет тесные связи

с социологией, политологией, социо- и психолингвистикой [Каменская, 2002: 15]. В центре внимания учёных-гендерологов находится анализ представлений о каждом из полов в разные исторические времена, самопредставлений каждого пола, изучение неравного распределения материальных и духовных благ, власти и престижа между полами, а также институтов социального контроля, регулировавших это распределение. Гендерологи изучают возникающие в связи с этим социальные иерархии – как в масштабе всего общества, так и класса, социальной, этнической, родственной или иной группы [Пушкарева, 2014: 287].

Первыми, кто начал защищать свои права, стали женщины. Период с середины XIX – начала XX в. именуется первой волной женского движения, которое было направлено на борьбу за избирательные и другие права женщин, за их эмансипацию, которая предполагала процессы освобождения от правовых и социальных ограничений общественного участия, массовое вовлечение женщин в публичную сферу [Здравомыслова, Тёмкина, 2015: 37].

Вторая волна женского движения началась в 1960 году, когда было признано, что везде в науке – от выбора тем до структуры академических институтов и учреждений – наблюдается дискриминация по половому признаку [Пушкарева, 2014: 290]. Это и послужило толчком к усилению позиций феминизма, который выступает против разного рода насилия над женщинами – домашнего, сексуального, репродуктивного, а также против гендерных стереотипов, профессионального и бытового сексизма.

Изначально данное движение было создано с целью защиты прав женщин, но со временем стало вызывать противоречивые чувства в социуме, обусловленные мизандрическими (мужененавистническими) настроениями, «доказательствами» женской исключительности, утверждениями о том, что история, написанная женщиной, точнее и объективнее, чем написанная мужчиной. Как ответ на подобный подход к прошлому в мировой исторической науке появилась «история гомосексуальности», а также «история мужчин и мужественности» (историческая андрология, *History* как

*His Story*). Так, история женщин своим появлением заставила и мужчин задуматься над отсутствием «их собственной истории», повлияла на усиление маскулинных настроений у мужской части социума [Gilmore, 1990].

Образование «истории маскулинности» сопровождалось большим количеством трудностей и скептицизма, так как мужчины (в отличие от женщин) считались той «непроблематизированной нормой», которую не стоило и описывать (она подразумевалась). Ограничений вследствие принадлежности к своему полу мужчины не испытывали, поэтому подразумеваемое трудно поддавалось исторической реконструкции.

Последователи маскулизма утверждают, что мужчины являются подлинным слабым полом и подвергаются эксплуатации со стороны женщин на протяжении всей истории человечества [Vilar, 1971]. Именно поэтому предметом «мужской истории» стала история изменений социального статуса мужчин и их функциональных ролей, это история глазами мужчин, написанная с позиций осознанного мужского опыта [Пушкарева, 2014: 298].

Появление феминизма повлияло на дисбаланс власти, существовавший между двумя полами, с тенденцией к большему равенству между мужчинами и женщинами. Некоторые мужчины начали выражать в социальном плане проблему сохранения женского угнетения. Эта тонкая трансформация показывает, что гендер динамичен и требует периодического переформулирования и изменения в отношениях между мужчинами и женщинами [Kaufman, 1999].

Так, заявлялось, что для достижения гендерного равенства необходимо покончить с разделением мужского и женского пространства. Необходимо более активное участие женщин в социальном пространстве и более равное участие мужчин в частном пространстве [Hardy, Jiménez, 2001: 77].

Таким образом, «маскулизм – это общественное движение, которое стремится к достижению гендерного равенства между мужчинами и женщинами с точки зрения мужчины. Он структурирован в рамках группы разнообразных идеологий, политических, экономических и культурных

проблем и направлен на анализ формирования мужской идентичности и гендерных вопросов» [Rodríguez, 2019: 35]. Сторонники маскулизма освещают проблему доминирования женщин над мужчинами в современном обществе. В настоящее время «мужчины переживают «кризис идентичности» и изображаются как жертвы борьбы феминисток, которая привела к вытеснению патриархата матриархатом» [Blais, Dupuis-Déri, 2012: 23]. Этот дискурс создается и распространяется во множестве популярных журналов и книг, написанных учеными и журналистами.

В зависимости от приоритетов его представителей, маскулизм может подразделяться на:

1. Мачизм (*machismo*), который предполагает естественное превосходство мужчины над женщиной.

2. Андроцентризм (*androcentrismo*) – концепция, которая помещает мужчину в центр всего. Его мнение и видение мира являются неким эталоном, осью обществ и культур в то время, как женское видение мира – это лишь отклонение от нормы.

3. Сексизм (*sexismo*) – это социальные предрассудки, которые дискриминируют по половому признаку. Сюда также относится поощрение социальных стереотипов, основанных на сексуальных различиях.

4. Патриархат (*patriarcado*) – это тип социального порядка, в котором мужскому полу приписывается исключительный авторитет и господство над всем [Rodríguez, 2019: 36].

Сам по себе маскулизм является довольно спорным течением, ведь есть ученые, которые рассматривают его как разнообразное, неструктурированное собрание изолированных, маргинальных, даже психологически неуравновешенных индивидов, которые ошибочно придают социальное значение своему личному опыту и не заслуживают особого внимания. Другие, однако, отождествляют маскулинизм с социальным движением, в частности, с антифеминизмом [Blais, Dupuis-Déri, 2012: 23].

В последнее время значительно увеличилось число научных публикаций в международной базе данных *Web of Science*, посвященных антифеминистским движениям, в т. ч. маскулизму, что говорит о растущем интересе научного сообщества к исследованию данного феномена. При этом стоит также отметить, что большая часть научных публикаций, в центре внимания которых находятся антифеминистские движения (114 из 151), – на испанском языке [Bonet-Martí, 2021], что, в свою очередь, подчеркивает важность и актуальность изучения испаноязычного дискурса маскулизма как «основной среды продвижения антифеминистских взглядов в современном обществе» [Горностаева, 2022: 79].

Колумбийские исследователи рассматривают маскулизм в контексте т. н. лингвистического сексизма, направленного на языковую дискриминацию женщин, и определяют как основополагающие социальные факторы, которые обуславливают изменения в испанском языке, отражающие гендерное неравенство. Лингвистический сексизм в испанском языке, по их мнению, проявляется, прежде всего, в грамматическом доминировании мужского рода над женским и отсутствии расщепления/дублирования женской формы в предложении [Volafios, 2013].

Для мужчин маскулизм представляет собой некий инструмент защиты и борьбы против женщин, а именно – против дискриминации со стороны представительниц феминизма, которые всяческими способами пытаются возвысить своё женское начало за счёт ущемления мужского. Важно помнить, что сама концепция маскулизма не предполагает принижение прав женщин, а наоборот стремится к равенству и гармонии в отношениях между обоими полами.

### 1.3. Дискурс социальных сетей как пространство для обсуждения острых социальных вопросов

Интерес к человеческому фактору в языке, а также нацеленность на осознание языковой концептуализации мира являются неотъемлемыми характеристиками современной лингвистической науки. Доминирующим методологическим принципом на сегодняшний день является антропоцентризм, в основе которого лежит принцип изучения научных объектов с точки зрения их роли для человека, по их важности в его жизнедеятельности, по их функциям для усовершенствования человеческой личности и ее развития [Абрамова, 2014].

С течением времени во многих гуманитарных науках стало всё чаще использоваться понятие «массмедийный дискурс» («медиадискурс»). Данную тенденцию можно объяснить широким распространением как концепции дискурса в целом, так и дискурсивного анализа [Добросклонская, 2014].

Массовая коммуникация, как правило, практически всегда ориентирована на донесение информации широкому кругу лиц с целью оказания на него влияния путём применения смысловой или оценочной информации. Данный тип коммуникации предполагает обязательное наличие источника и получателя информации. В роли первого выступает социальный институт или «коллегиальный отправитель», воспроизводящий определенный тип сознания в совокупности текстов и установку на определенный тип прагматики, например, цели, притязания и ожидания. В роли второго – широкая (массовая) аудитория, которая по своим признакам неоднородная и рассеянная, вследствие чего массмедийный текст должен быть понятен среднестатистическому массовому потребителю [Абрамова, 2014].

С течением времени такое глобальное понятие, как «медиадискурс» постепенно стало уходить на задний план, и доминирующую позицию занял новый, современный дискурс социальных сетей. Причиной этому послужило появление Интернета, который, в свою очередь, способствовал началу новой

фазы социального развития общества. Совершенствование Интернет-ресурсов, формирование сетевой инфраструктуры и широкий спектр возможностей, доступных для индивидов благодаря социальным медиа, обусловили переход от информационного к неоинформационному обществу [Ефанов, 2021: 139].

Современное неоинформационное общество функционирует в эпоху медиа-мейнстрима, то есть ситуации, когда доминирующую позицию занимают средства массовых коммуникаций, в особенности те, которые позиционированы в сети Интернет – социальных медиа и блогинга, подчиняющих себе основные паттерны социальной повседневности [Шарков, 2021: 40]. Информационные технологии оказывают колоссальное влияние на поведение людей, их сознание, а также приносят различные изменения в принципы социальных явлений, процессов и взаимодействий [Баринов, 2016: 756].

Говоря о понятии «социальные сети» отметим, что некоторые учёные определяют их как «площадки для общения различных социальных групп, отличающихся по полу, возрасту, роду занятий, уровню образования и т.д.» [Рябова, 2020: 211].

По мнению американского исследователя Дхираджа Мурти, занимающегося анализом использования цифровых методов в современной этнографии, социальные сети – это «большое количество относительно недорогих и широкодоступных электронных инструментов, которые позволяют любому человеку публиковать и получать информацию, сотрудничать и выстраивать отношения с другими людьми» [Murthy, 2013: 7].

А.А. Ефанов даёт следующую характеристику социальным сетям:

- социальные медиа – это интернет-сервисы, в рамках которых пользователь наделен возможностью создавать контент;
- пользователям социальных медиа доступна плавная и гибкая смена коммуникативных ролей, позволяющая им выступать в качестве как адресанта, так и адресата сообщения;

– социальные медиа включают в себя не только развлекательный контент, но и информационный, в связи с чем их содержание преимущественно ориентировано на темы, которые актуальны для пользователей (или нередко интерпретируются в качестве особо значимых посредством медиапрайминга);

– социальные медиа предполагают наличие обратной связи, возможности которой начинаются с количественной оценки того или иного сообщения («лайк» и «репост») и заканчиваются полноценной двусторонней коммуникацией с использованием личных сообщений или комментариев [Ефанов, 2022: 515].

Тот факт, что информация в современном мире является одной из основополагающих составляющих функционирования всех социокультурных процессов, послужил основанием для широкого распространения социальных сетей, что в свою очередь породило интерес ученых-лингвистов к интернет-дискурсу, дискурсу социальных сетей, который представляет собой коммуникацию в интернет-среде посредством электронных знаков и сигналов [Рябова, 2020: 212].

Главной особенностью интернет-дискурса является его тесная связь с устно-бытовой речью, что оставляет свой отпечаток на грамматическом и лексическом языковых уровнях и способствует слиянию черт разных функциональных стилей. Таким образом, коммуникация в сети Интернет отличается эмоциональностью, одновременностью, включенностью адресанта в процессе восприятия информации адресатом [Крылова, 2019: 87].

А.С. Рябова поддерживает идею о том, что дискурс социальных сетей нельзя включить в сферу одного функционального стиля. Для того, чтобы дать характеристику данному виду дискурса, в своей работе она различает два вида коммуникации: актуальную, которая предполагает взаимодействие с реальными людьми (например, телефонный разговор), а также виртуальную – коммуникацию, которая, в свою очередь, лежит в основе дискурса социальных сетей. В отличие от первой, данный вид коммуникации представляет собой

общение с неизвестными нам людьми или даже целыми группами лиц, которые по сути являются «воображаемыми участниками коммуникации». Помимо этого, здесь наблюдается широкое использование невербальных средств общения и эмоционально окрашенной лексики, что делает виртуальную коммуникацию более интересной и непринужденной. Кроме того, в последнее время благодаря развитию интернет-технологий наблюдается тенденция к использованию в сообщениях и публикациях не только буквенных обозначений, но и фото-, видео- или аудиофрагментов. Следовательно, характерные особенности дискурса социальных сетей являются достаточно разносторонними и определяют его уникальное положение в системе дискурсов [Рябова, 2020: 212].

Д.Н. Баринов рассматривая организацию информационного потока в социальных медиа, выделяет два типа информации: конъюнктурную (ситуативную) и концептуальную. Последняя обладает рекурсивным характером и формирует контекстуальную рамку, оказывающую влияние на обработку информации о текущих событиях в обществе. Сетевые коммуникации обеспечивают воспроизводство символической власти, сформированной «глобальным дискурсом» СМИ [Баринов, 2016: 755].

Таким образом, развитие социальных сетей предоставляет обществу новые возможности взаимодействия между людьми и способы самовыражения. Люди используют социальные сети, чтобы продвигать себя, свои услуги, заявить всему миру о себе. Они играют важную роль в осуществлении массовой коммуникации и позволяют проливать свет на острые социальные вопросы и высказывать свои точки зрения. Дискурс в социальных сетях представляет собой совокупность текстов и высказываний, используемых в ситуациях живого общения, а также сочетает в себе как устный, так и письменный виды коммуникации.

#### 1.4. Дискурсивные средства конструирования образа в дискурсе социальных сетей

Реальный мир находится в процессе постоянного социального конструирования, поэтому любое вплетённое в этот процесс порождение дискурса можно назвать дискурсивным конструированием мира. В процессе дискурсивного конструирования создаётся мир, в который говорящий или пишущий полностью вовлечён: он живёт в этот момент внутри данного мира и творит его своими действиями и своим дискурсом [Плотникова, 2000].

Конструирующее реальность поведение в настоящее время интенсивно изучается в теории социального конструкционизма (конструктивизма). Реальность, с точки зрения этого подхода, социально конструируется, общий мир повседневной действительности создается людьми в процессе их непосредственного общения друг с другом. Конструирование реальности – это непосредственное существование людей на основе их знаний и текущей деятельности; его суть заключается в постоянном определении своего места в настоящем и поиске желаемого будущего [Бергер, Лукманн, 1995].

Развивая данную мысль, можно заключить, что, поскольку любое социальное действие основано на обмене информацией, силлогистически это приводит к понятию дискурсивного конструирования реальности. Если реальность социально конструируется в повседневной жизни людей, то речь принимает непосредственное участие в этом процессе. Существование в мире есть также существование в языке; на это прямо указывает теория социального конструкционизма. Как пишут П. Бергер и Т. Лукманн, «язык реализует мир в двояком смысле слова: он его осознает, и он его производит». Коммуникация есть актуализация этой действенности языка в ситуациях индивидуального существования лицом к лицу. Иными словами, люди постоянно производят свой социальный мир не только своими действиями, но и языком; даже «сказанное слово» становится реальностью, так как несказанное не существует» [Там же: 104].

Значимое место в модели мира индивида занимает понятие «образ», которое тесно связано с образностью. Они рассматриваются неразрывно друг с другом и определяются одно через другое. А.И. Чижик-Полейко и Е.Н. Колодкина, определяют данный феномен как способность слова вызывать в индивидуальном сознании некоторый чувственный образ, зрительные, слуховые, осязательные, моторно-двигательные и другие представления об обозначаемом [Чижик-Полейко, 1962: 40; Колодкина, 1986: 17].

В изучении понятия «образ» значительный вклад был сделан Н.А. Лукьяновой, которая определяет образ как «целостное представление о некотором предмете, явлении, которое бессознательно или осознанно возникает в ментальном пространстве носителей данного языка и данной культуры путем его соотнесения с представлением о другом предмете, явлении, уже существующем в коллективном и/или индивидуальном сознании и речевой практике говорящих на данном языке». Языковой образ, в свою очередь, рассматривается как «вербализованный тем или иным языковым средством определенный психический образ» [Лукьянова, 2003: 169].

Трактовку понятия «образ» вне предметной сферы даёт Л.П. Якубинский. Он определяет образ как «ментальную репрезентацию, возникающую в сознании человека и отражающую определенные свойства или характеристики объекта, не присутствующего в данный момент в непосредственном восприятии». Образы могут быть зрительными, слуховыми, обонятельными, тактильными и т.д. [Якубинский, 1986: 113].

Образ имеет знаковую природу, но не эквивалентен знаку. В отличие от знака, который имеет тройственную природу (слово, понятие, предмет), произволен и объективен, образ обладает следующими специфическими чертами: субъективность и идеальность, двойственная природа и изоморфность. Более того, образ носит огрубленный характер, что на уровне человеческого восприятия есть сознательный процесс. Образ не является адекватным отражением реальности, он передает те признаки предмета,

посредством которых можно передать свое отношение к изображаемому предмету, вызвать у читателя целенаправленное восприятие фактов и их эмоциональную оценку. В связи с этим выделяются такие характерные для образа черты как экспрессивность, эмоциональность, оценочность [Лабунская, 1999].

При изучении образа необходимо обращать внимание на следующие компоненты:

- семасиологический (анализ семантики языковых единиц, применения фразеологических оборотов; классификация лексических и других средств создания образности);
- номинативный (процесс создания наименований, в содержании которых одновременно существует видение более одной картины окружающей действительности; характеристика явлений образной номинации);
- словообразовательный (анализ видов и способов создания метафоричности текстов, а также лексических средств выразительности);
- психолингвистический (изучение психологических основ создания образов);
- функциональный и прагматический (изучение места образной лексики, ее роли в выражении эмоций в тексте; исследование процессов создания экспрессии в лингвистических текстах);
- культурологический (анализ процессов изображения и восприятия действительности посредством лексических единиц; исследователи изучают место образов и образности в национальной культуре и языке);
- когнитивный (изучение различных моделей мышления образами);
- лексикографический (анализ принципов описания в словарях языковых средств, создающих образы);
- сопоставительный (выявление особенностей образов путем сопоставления нескольких национальных языков) [Юрина, 2004: 139].

Лингвистическими средствами репрезентации образа служат отдельные лексемы, идиоматика, тропы и устойчивые стилистические фигуры [Альфиренко, 2009]. Слово рассматривается как минимальная единица языка, способная передавать образ.

При анализе дискурса важно не только учитывать вербальные компоненты, но и уделять внимание невербальным средствам коммуникации, которые участвуют в формировании и передаче смысловых структур дискурса. Как семиотический феномен, дискурс, представляющий собой комплекс высказываний по конкретной теме, включая позицию автора по отношению к этой теме, может быть описан не только с использованием вербальных, но и визуальных элементов [Матыцина, Прохорова, Чекулай, 2020: 34].

В контексте лингвистического анализа коммуникативных процессов в социальных сетях, важным элементом, влияющим на конструирование смыслов, выступает орфографический аспект дискурсивной деятельности. Характерной особенностью онлайн-речевых практик является вариативность в орфографии, которая проявляется через использование акронимов и инициалов, эллипсиса, употребление омофонов, стилизацию написания, эмодзи и нестандартные знаки препинания, применяемые для имитации разговорного стиля текста [Barton, 2013: 135].

Ю.В. Балакина и М.Ю. Товкес в своём исследовании выделили следующие виды лингвистических средств, формирующих образ в дискурсе социальных сетей:

1. Стилистические средства (эпитет, аллюзия, антитеза, сравнение, метафора).
2. Лексико-семантические средства (антропоним, стилистически окрашенная лексика, инвективная лексика).
3. Синтаксические средства (риторический вопрос, риторическое восклицание, параллелизм).

4. Графо-стилистические средства (смайлы, эмодзи, *Caps Lock*) [Балакина, Товкес, 2019: 384].

Языковой образ занимает посредствующее положение между языковым сообщением, создаваемым при помощи различных языковых средств, и мыслью, воплощаемой в этом сообщении. Любое образное представление, вызываемое языковым сообщением, включает в себя множество аксессуаров свойственных той среде, в которой мы интерпретируем данное сообщение. Языковые образы всегда сопровождают речевую деятельность человека, однако степень их осознанности и воплощенности все время варьируется. Именно образы играют первостепенную роль в том, как человек приходит к осознанию объектов реальности и извлекает смысл из полученной информации [Гнатюк, 2010].

На основе всего вышеупомянутого можно сделать вывод, что для конструирования образа в виртуальном пространстве социальных сетей существует множество лингвистических средств. Все они используются для придания определённого окраса тому или иному предмету и способствуют вызову у человека конкретных эмоций с целью получения от него обратной связи. Однако образ все же нельзя назвать адекватным отражением реальности, так как его интерпретация может варьироваться от человека к человеку, что связано с наличием у людей различных взглядов на окружающий мир.

#### 1.5. Понятие мультимодальности в лингвистической науке

В наше время информация циркулирует и воспринимается через разнообразные каналы и средства, которые могут не только присваивать значения, но и взаимодействовать между собой. Процесс коммуникации выходит за рамки использования одного типа знаковой системы и является специальным видом взаимодействия взаимной пользы.

Модальность – это явление, связанное с восприятием информации через перцепцию или психологические процессы, проходящие в человеческом разуме [Хутыз, 2016: 91]. В когнитивной лингвистике термин «модальность» относится к одному из кодов информации, включенных в понятие гибридизированного текста. В психолингвистике модальность определяется как принадлежность к определенной сенсорной системе; она описывает характеристики ощущений, сигналов, стимулов, информации и рецепторов. Модальность обусловлена социокультурными факторами и имеет свои традиции моделирования и передачи информации в обществе. Для её понимания необходимо учитывать особенности рассматриваемой культуры. Ведь в каждой из них существуют свои уникальные идеи, верования, мировоззрение, ценности, нормы и социальные факторы, оказывающие влияние как на жизнь общества, так и социальное поведение принадлежащего ей индивида [Kress, 2009: 59].

Мультимодальность относится к числу особенностей, характерных для человеческой коммуникации. Процесс общения между людьми может осуществляться не только посредством звучащего и письменного текста, но и с помощью жестов, осанки, мимики, взгляда, тона голоса, картин, фотографий и многого другого. Мультимодальность представляет собой направление в теории коммуникации и социальной семиотике, которое рассматривает коммуникативный процесс как совокупность текстуальных, звуковых, лингвистических, пространственных и визуальных средств или модусов с целью создания сообщения. С внедрением цифровых технологий интенсивно развиваются формы сетевой коммуникации, порождением которой являются тексты принципиально нового типа, в которых комплексно используются разнообразные средства конструирования смыслов [Байкова, 2022: 230].

Советский и российский лингвист Григорий Ефимович Крейдлин описывает термин «мультимодальность» как акт формирования значений при помощи разных семиотических средств – модусов (письмо, речь,

изображение) – соответствующих социокультурных конвенций [Крейдли, 2014: 101].

В понимании британского лингвиста и семиотика Гюнтера Кресса мультимодальными явлениями называются взаимодействия между вербальными текстами и изображениями, видео, речью и жестами, размером и цветом текста. Всё это, по его мнению, является соединением различных кодов информации [Kress, 2009: 63].

Под кодами понимаются элементы базовой модели коммуникации, передающей смысл. Все они подразделяются на три группы:

1. Вербальный (*verbal code*) – представляет собой передачу информации посредством письменной и устной речи.

2. Паралингвистический (*paralanguage code*) – включает все голосовые средства передачи информации, передаваемой вербальным кодом. К этой категории относятся темп, тембр, тон, интонация.

3. Экстралингвистический/невербальный (*non-verbal/visual code*) – представлен не связанными с языком и речью средствами: жестами, мимикой, зрительным контактом, позами, временем, проксеимическим пространством, локацией [Сорокина, 2017: 168].

По мнению российского лингвиста, доктора филологических наук Андрея Александровича Кибрика, мир, окружающий нас, является мультимодальным, а человек в нём выполняет функцию мультимодального организма, принимая непосредственное участие в языковой коммуникации [Кибрик, 2010: 145]. Он утверждает, что термин «мультимодальность» уже на протяжении как минимум двух последних десятилетий используется в научных работах по лингвистике и основывается на таком понятии как «модальность», о котором мы говорили ранее, означающем «тип сенсорного сигнала или анализатора» [Кибрик, 2018: 72].

Таким образом, мультимодальность является неотъемлемой частью человеческой коммуникации, а значит и современной лингвистики в том числе. Она представляет собой совокупность кодов, относящуюся как к

вербальным, так и невербальным аспектам коммуникации – мимике, жестам, тембру голоса, цветам, особенностям культуры, обычаям, традиций и менталитета народа, в котором она осуществляется, а также многих других факторов.

#### 1.6. Мультимодальный анализ как комплексный метод исследования текста

Мультимодальный дискурс характеризуется тем, что в нем одновременно используются различные системы знаков, которые передают информацию с учетом устоявшихся коммуникативных обычаев общества. Взаимосвязь в мультимодальной интерпретации информации означает, что все элементы коммуникации обрабатываются и взаимно влияют друг на друга, постоянно модифицируя значения. Помимо языка, который является основным кодом, невербальные элементы играют существенную роль в восприятии и передаче информации [Сорокина, 2017: 169].

Понятие мультимодальности рассматривается не только в теоретическом, но также и в прикладном аспекте. Именно поэтому возникает такой вид анализа, как мультимодальный, который представляет собой «соединение процедур дискурс-анализа с включением в зону внимания неязыковых элементов сообщения» [Kress, 2001].

Мультимодальный анализ представляет собой развивающуюся парадигму в исследованиях дискурса, расширяющую границы лингвистики и включающую в себя изучение различных ресурсов, таких как изображения, научная символика, жесты, движения, музыка и звук, в контексте коммуникации [Martines, 2000: 251].

В середине 2000-х годов мультимодальные исследования стали особенно востребованными, так как ученые-лингвисты проявили большой интерес к изучению взаимодействия языка с другими видами ресурсов. Было

обнаружено, что коммуникация по своей сути мультимодальна, и грамотность не ограничивается только знанием языка [Байкова, 2022: 231].

Мультимодальный дискурс-анализ занимается разработкой, производством и распределением мультимодальных ресурсов в социальных условиях, а также ресемиотизацией мультимодальных явлений, возникающих по мере развития социальных практик [Hallyday, 1978]. Основные задачи, стоящие перед мультимодальным дискурс-анализом, включают разработку теорий и основ для семиотических ресурсов, отличных от языка, моделирование социальных семиотических процессов (в частности, межсемиоза и ресемиотизации), а также интерпретацию сложного семантического пространства, которое разворачивается внутри и между мультимодальными явлениями [Байкова, 2022: 231].

Мультимодальный анализ предполагает исследование в рамках сразу нескольких способов передачи коммуникации (модусов), каждый из которых обладает собственной научной методологией. Например, вербальный (сегментный) модус фокусируется на смысле сообщения, а просодический модус охватывает вокальные характеристики, такие как интонация, громкость, темп и скорость речи. При изучении визуального канала коммуникации особое внимание уделяется жестам, мимике, позам и проксемике [Кибрик, 2010].

Объектом исследования мультимодального дискурс-анализа является теория и анализ семиотических источников и семантических расширений, которые возникают как семиотический выбор комбинаций в мультимодальных феноменах. Межсемиотические (межмодальные) связи возникают в результате взаимодействия семиотических ресурсов, известных также как межсемиозис, который является основной областью мультимодального исследования [Iedema, 2001: 198].

Понятие мультимодальности в контексте лингвистических исследований является важным аспектом как с теоретической, так и с практической точек зрения. Мультимодальный анализ, объединяющий процедуры дискурс-анализа с фокусом на неязыковых элементах

коммуникации, представляет собой новую парадигму в исследованиях дискурса, расширяющую представления о возможностях и ограничениях языка. Таким образом, проведение мультимодального анализа позволяет нам сложить наиболее полную картину смысла того или иного мультимодального текста, который формируется, как правило, в рамках не одного, а сразу нескольких модусов: вербального, невербального и паравербального.

### 1.7. Образ женщины в контексте лингвистических исследований: обзор научной литературы

Различие между мужчинами и женщинами – наиболее значимое, объективное, генетически обусловленное различиями между людьми. На всём протяжении человеческой истории общественные функции женщин и мужчин были жёстко разграничены, причём зависимое положение, как правило, занимали женщины [Ворошилова, 2016: 54]. Каждый из исторических периодов диктовал свои требования к образу женщины. Именно поэтому он не статичен, его динамика обусловлена сменой эпох, парадигм и политических идеологий, что влияет на формируемые внутри общества установки и архетипические модели, которые являются источником его конструирования [Горностаева, 2022].

В XX веке роль женщины в обществе стремительно и кардинально менялась. Помимо смены социальных ролей и стандартов внешней красоты, изменилась и психологическая, моральная единица в комплексе репрезентации женщины. На это во многом повлияло развитие и глобализация системы массовой коммуникации [Раздобреева, 2017: 9].

Ядро концепта «женщина» окружено семантическими свойствами, которые составляют периферийную зону, известную как интерпретационное поле. Характерными особенностями периферийных концептуальных свойств являются их относительное множество и указание на следующие значения:

1. Кровное и юридическое родство (мать, бабушка, дочь, жена).

2. Семейное положение (вдова, замужняя, незамужняя, разведенная).
3. Межличностные отношения (любимая, подруга, коллега, соседка).
4. Социальную принадлежность (принцесса, королева, аристократка).
5. Национальную и этническую принадлежность (француженка, итальянка, американка, китайка).
6. Профессию или род занятий (доктор, инженер, адвокат).
7. Сексуальную ориентацию (гетеросексуальная, лесбиянка).
8. Внешность женщины (привлекательная, красивая, стройная).
9. Психологические особенности (морально слабая, капризная, рациональная).
10. Ментальные способности (практичная, творческая, интеллектуальная).
11. Уровень образования (умная, образованная, с высшим образованием).
12. Внутренний мир (целомудренная, честная, храбрая) [Альварес, 2015: 11].

Динамика концепта женского образа коррелирует с общественными трансформациями. В качестве иллюстрации можно привести пример России, где на протяжении столетия женский образ претерпел ряд метаморфоз: от женщины-хозяйки и хранительницы домашнего очага, к женщине-работнице на фабриках и заводах в период индустриализации, затем, женщине-герою тыла и женщине-партизанке в период Великой Отечественной войны и женщине-герою труда в послевоенный период [Айвазова, 1998: 131].

По мнению Ворошиловой О.Н., образ современной женщины складывается из нескольких концепций, таких как:

1. Женщина-красавица – важнейшая составляющая образа женщины; публикации данной тематики количественно преобладают. Женщина должна быть красивой и привлекательной для окружающих и всегда выглядеть опрятно.

2. Женщина-сексуальный партнёр. Для мужчины женщина должна быть желанна.

3. Женщина-супруга – компонент образа женщины, подразумевающий не только обязательность для женщины в определённом возрасте выйти замуж, но и её полноценную реализацию в роли жены: заботиться о муже, стремиться сохранить брак, быть верной супругой.

4. Женщина-мать – традиционный компонент образа женщины, который предполагает рождение детей, а также их воспитание.

5. Женщина-хозяйка. На её плечах лежат все домашние обязанности, начиная с уборки и готовки и заканчивая покупкой одежды для детей и мужа.

6. Женщина-труженица. На сегодняшний день все чаще кормильцем в семье является отнюдь не мужчина. Женщина тоже может иметь свой бизнес, работать и зарабатывать деньги [Ворошилова, 2016: 55].

В современной лингвистической науке есть целый ряд исследований, посвященных языковому анализу образа женщины, формируемому в рамках приписываемых ей традиционных архетипических ролей. Так, рассматривается речевой портрет женщины-матери [Варламова, Колмогорова, 2019], женщины-хозяйки [Кардапольцева, 1999], женщины-возлюбленной [Косинцева, 2010], женщины-богини [Песикова, 2006: 30], беспомощной и ранимой женщины, сильной и стойкой женщины [Таджибова, Быкова, 2018: 126], женщины-труженицы [Там же: 127], а также женщины-жены [Рязанова-Даури, 2011: 5].

Таким образом, женщине свойственны многие социальные роли, и её образ состоит из множества различных компонентов, количество и вариативность которых зависит от эпохи и тех ценностей, которые являются наиболее актуальными для данного периода времени. В современном дискурсе маскулизма под влиянием новой ценностной парадигмы конструируется свой, особый образ женщины, который и станет объектом нашего анализа во второй главе настоящей работы.

## ВЫВОДЫ ПО ГЛАВЕ 1

Социальный дискурс – это особый вид дискурса, продвигающий социально важные, значимые смыслы. В свете прогрессивности современного общества вопрос решения различного рода социально-общественных проблем, связанных с бедностью, насилием, дискриминацией по половому, возрастному, расовому и другим признакам, а также иными аспектами, стоит очень остро (И. Гоффман, В.В. Красных, Л.П. Крысин, К. Леви-Стросс, А. Мейе, Е.Ф. Серебренникова, Ю.С. Степанов, Ю. Хабермас). Именно поэтому в последнее время многие учёные-лингвисты стали все чаще обращать внимание на изучение социального дискурса, который является инструментом пропаганды идеалистических взглядов и продвижения их в общественной среде. Многие актуальные лингвистические исследования осуществляются преимущественно на материале дискурса социальных сетей, поскольку в свете современных реалий именно интернет-коммуникация является главным источником просветительской деятельности, которая делает акцент на освещении острых социальных вопросов.

Первая глава данной работы посвящена дискурсу маскулизма как особому типу социального дискурса, который, в свою очередь, рассматривается как своеобразное поле выражения и мышления, принятых в определённом обществе. Маскулизм – это общественное движение, целью которого является достижение гендерного равенства между мужчиной и женщиной и устранение её доминирования в современном обществе (M. Blais, S. Bolaños, F. Dupuis-Déri, D. Rodríguez). Исторически маскулизм возник как ответ на мизандрические настроения феминисток и постепенно оформился в особый тип социального дискурса, отстаивающий права мужчин и подразделяющийся на несколько направлений в зависимости от приоритетных установок: мачизм, андроцентризм, сексизм и патриархат.

«Образ» является одним из ключевых понятий данного исследования и определяется как ментальная репрезентация, которая возникает в сознании

человека и отражает определенные свойства или характеристики объекта, не присутствующего в данный момент в непосредственном восприятии. Именно образы формируют смысл на первостепенном этапе восприятия информации и являются разноплановыми объектами научного интереса, поскольку характеристики образа могут быть репрезентированы разнообразными средствами всех уровней языка. Вербальная и невербальная специфика формирования образа в дискурсе социальных сетей представляет для нас наибольший интерес и подразумевает выделение и анализ дискурсивных, лексических (стилистических, лексико-семантических, синтаксических и графо-стилистических средств) и визуальных (цветов и символов) средств его конструирования. Образ женщины является объектом исследования данной бакалаврской работы и традиционно конструируется на основе архетипических ролей женщины – роли матери, супруги, хозяйки, труженицы, сексуального партнёра и эталона красоты (Л.В. Быкова, О.Н. Варламова, О.Н. Ворошилова, В.Н. Кардапольцева, А.В. Колмогорова, Е.В. Косинцева, А.С. Песикова, В.С. Рязанова-Даури, А.Н. Таджибова).

Первостепенную роль в проведении анализа в практической части бакалаврской работы играет понятие мультимодальности, которое представляет собой акт формирования значений при помощи разных семиотических средств – модусов, включающих письмо, речь, изображение. Мультимодальный анализ позволяет изучить текст на всех языковых уровнях и учитывает такие факторы, как жесты, мимика, взгляд, тональность голоса, фотографии и изображения, а также изображённые на них цвета и символику.

Мультимодальный анализ проводится на материале дискурса социальных сетей, которые являются площадками для общения различных социальных групп вне зависимости от возрастных и гендерных признаков. Их развитие открывает обществу новые возможности для межличностного общения и самовыражения, играя значительную роль в современной массовой коммуникации и формируя пространство для обсуждения социально значимых тем и выражения взглядов. Дискурс социальных сетей представляет

собой совокупность текстов и высказываний, используемых в онлайн-общении, объединяя устные, письменные, а также визуальные формы коммуникации (Д.Н. Баринов, А.А. Ефанов, М.Н. Крылова, А.С. Рябова, D. Murthy).

Глава II посвящена практической части нашего исследования. Так, на материале публикаций социальных медиа на испанском языке нами будет рассмотрен образ женщины в испаноязычном дискурсе маскулизма, и выделены вербальные и невербальные (визуальные) средства его конструирования.

## ГЛАВА 2. ОБРАЗ ЖЕНЩИНЫ В ИСПАНОЯЗЫЧНОМ ДИСКУРСЕ МАСКУЛИЗМА

### 2.1. Вербальная репрезентация образа женщины-лгуны в дискурсе маскулизма

На сегодняшний день современное общество находится на стадии феминизации, когда всё больше женщин стремятся повысить своё влияние в различных сферах жизни – начиная с бытовой и заканчивая политической. Такая прогрессирующая феминизация является причиной многих социальных проблем и порождает немалое количество конфликтов, возникающих на почве гендерного неравенства. Женщины, будучи от природы слабым полом, пытаются защищать свои права, привлекая к этому закон, а также обращаясь за поддержкой к общественности. В подобных действиях не виделось никакого негативного подтекста до тех пор, пока, как считают представители маскулизма, женщины не стали злоупотреблять своей властью в корыстных целях и переходить границы дозволенного, в результате чего в пространстве социальных медиа традиционные образы женщины (женщина-красавица, женщина-мать, женщина-труженица и др.) вытесняются негативными характеристиками новых образов, примеры которых представлены ниже.

В рамках дискурса маскулизма нередко конструируется негативный образ женщины-лгуны. Достаточно широко распространённой является ситуация, когда при разводе суд необоснованно принимает решение оставить детей с матерью, зачастую даже не рассматривая кандидатуру отца на роль опекуна. Это, как полагают последователи маскулизма, происходит «незаконно» в результате дачи женщиной ложных показаний против мужа, чтобы оклеветать его и выставить в глазах органов опеки в негативном свете, не оставляя ему ни малейшего шанса претендовать на детей, даже если дети сами желают остаться вместе с отцом. Неправомерность совершаемых женщиной действий передаётся при помощи наречия с префиксом *i-*,

обладающим негативной семантикой: *ilegalmente* (незаконно). С помощью отрицательного местоимения *nada* (ничто) делается акцент на абсолютную безнаказанность этих действий (пример 1):

1) *Mi mujer se llevó ilegalmente a mis hijos y nada lo impidió* (Asocmaltratados // 19.07.2021). – Моя жена **незаконно забрала** детей, и **ничто этому не препятствовало**.

Представители маскулизма указывают на то, что женщины «принуждают» мужчину выплачивать алименты за нежеланного ребёнка, который был якобы зачат «обманным путём», что на вербальном уровне передаётся с помощью существительного *engaño* (обман). Так, для женщин, как утверждают сторонники маскулизма, рождение ребёнка является ещё одним средством заработка. Причастие *obligado* (вынужденный) сигнализирует о том, что действия, совершаемые мужчиной, не носят добровольный характер. Подвергаясь многочисленным манипуляциям со стороны женщины, мужчина якобы вынужден выполнять все её требования во избежание уголовной ответственности (пример 2):

2) *Un padre soltero puede ser obligado a pagar una pensión de alimentos, incluso cuando el hijo haya sido concebido mediante engaño* (Toffy\_bar10 // 11.03.2023). – Отца, не состоящего в браке, **могут обязать выплачивать алименты**, даже если ребенок был зачат **обманным путем**.

Среди активистов маскулизма широко обсуждается проблема «ложных обвинений» или как их ещё называют «ложных доносов», от которой ежегодно страдают «тысячи» испанских мужчин. Образ женщины-лгуни конструируется с помощью прилагательного с семантикой «ложь»: *falso* (ложный). При этом глагол *afectar* (влиять), обладающий семантикой «неблагоприятности», указывает на то, что женщины фальсифицируют факты, чтобы намеренно испортить жизнь мужчинам, о чём свидетельствует наличие следующих лексических единиц: *perder el contacto con los hijos* (терять контакт с детьми),  *echar del hogar* (выгнать из дома), *perder el trabajo* (потерять работу) При помощи существительного *victima* (жертва) акцентируется внимание на

серьёзности ущерба, причинённого мужчинам в результате дачи ложных показаний (примеры 3–4):

3) *Las denuncias falsas son una problemática y una realidad para miles de hombres españoles por año que afecta a todos los ámbitos de su vida: pierde el contacto con sus hijos, se lo echa de su hogar, es altamente probable que pierda su trabajo y que no cuente con ningún tipo de apoyo* (Asocmaltratados // 12.05.2021). – **Ложные обвинения** ежегодно становятся проблемой и реальностью для тысяч испанских мужчин, затрагивая все сферы их жизни: они теряют связь со своими детьми, их выгоняют из дома, велика вероятность того, что они потеряют работу и не будут иметь никакой поддержки.

4) *Hasta que no hay investigación o resolución judicial, no se puede establecer si elle es victima de maltrato o él, victima de falsa denuncia* (Asocmaltratados // 12.05.2021). – До проведения расследования или решения суда невозможно установить, является она жертвой насилия или же он жертвой ложного доноса.

Как правило, в качестве мотивов для подобных действий со стороны женщины, со слов последователей маскулизма, выступают её «токсичность» и жажда мести, что можно наблюдать в примерах, приведённых ниже. Глагол *chantajear* (шантажировать) показывает, что, по мнению мужчин-последователей данного движения, женщины используют ложь в качестве мощного инструмента психического давления, что подкрепляет позицию мужчины-жертвы. Существительное *maltratador* (злоумышленник) является ключевым и конструирует образ женщины-лгуни, выражая её интенцию к мести (*venganza*), который актуализируется посредством следующих лексических единицах, вербализующих стереотипные ситуации: *llevar a prisión a un hombre inocente* (посадить в тюрьму невинного человека), *alejar de sus hijos* (держат в дали от своих детей) (примеры 5–6):

5) *Hay que hacer justicia contra esta señora que por lo visto es una persona tóxica que pretende chantajear a su novio con una denuncia falsa solo porque este*

*no quiere prestarle el móvil* (Contra\_injusticia\_de\_sexos // 12.11.2020). – Правосудие должно восторжествовать в отношении этой женщины, которая, по всей видимости, является **токсичным человеком**, желающим **шантажировать своего парня ложным обвинением** только потому, что он не хочет одолжить ей свой мобильный телефон.

б) *Una persona dispuesto a llevar a prisión y alejar de sus hijos a un hombre inocente, para cumplir intenciones de venganza, no es simplemente una mentirosa, es en efecto una maltratador* (Asocmaltratados // 12.05.2021). – Человек, готовый посадить **невиновного** человека в тюрьму и держать его вдали от своих детей, чтобы осуществить **мстительные намерения**, не просто лжец, он фактически **злоумышленник**.

В одном из текстов (пример 7) прилагательное «деспотичный» берётся в кавычки, чтобы показать, что женщины в очередной раз прибегают к вранью и искажают действительность ради того, чтобы оклеветать своего супруга и поставить себя в более выгодное положение в обществе, создавая себе имидж лжежертвы:

7) *Siguiendo la lógica feminista, se esperaría que en un escenario en la que las mujeres vivieran solas, sin un esposo "opresor" o hijos que le supongan una responsabilidad doble, podría dedicarse más tiempo a sí mismas y a sus intereses* (Masculinismomxoficial // 06.03.2023). – Согласно феминистской логике, можно было бы ожидать, что в сценарии, когда женщина живет одна, без «**деспотичного**» мужа или детей, требующих двойной ответственности, она сможет уделять больше времени себе и своим интересам.

Таким образом, на языковом уровне образ женщины-лгуни конструируется посредством лексических единиц с семантикой «ложь»: *falsa denuncia* (ложный донос), *engaño* (обман). Кроме того, упоминается, что женщина делает это намеренно, чтобы отомстить и навредить мужчине: *intenciones de venganza* (намерение отомстить), *chantajear* (шантажировать), а также извлечь личную выгоду: *ser obligado a pagar una pensión de alimentos* (быть обязанным выплачивать алименты). Последователи маскулизма

указывают на то, что со стороны закона мужчины редко получают какую-либо поддержку, что вербализовано отрицательными прилагательными и местоимениями, а также отрицательной приставкой *i-* в сочетании с лексической единицей *legal*: *se llevó ilegalmente a hijos* (незаконно забрала детей), *nada lo impidió* (ничто этому не препятствовало), *con ningún tipo de apoyo* (без какой-либо поддержки).

## 2.2. Вербальная репрезентация образа женщины-тирана в дискурсе маскулизма

В дискурсе маскулизма отдельное место отводится конструированию образа женщины-тирана, якобы испытывающей злость и ненависть ко всем представителям мужского пола, что, в свою очередь, служит почвой для многочисленных унижений и психологического давления на мужчин. Так, утверждают сторонники маскулизма, женщины фактически лишают их свободы и загоняют в психологическую клетку, осуждая их за абсолютно безобидные действия (пример 8):

8) *¿Tienes ganas de reír y bromear, y te tratan de inmaduro, o irresponsable?* (Soficoach\_for\_men // 06.03.2023). – Вам хочется смеяться и шутить, а вас за это **называют незрелым или безответственным?**

Посредством отрицательных префиксов (*in-*, *ir-*), добавляемых к качественным прилагательным, вербализующим положительные черты характера, мужчина намеренно репрезентируется женщиной-феминисткой как лишенный данных качеств человек – безответственный и незрелый.

Тирания проявляется не только на психологическом, но и на физическом уровне. В дискурсе маскулизма актуализируется идея о том, что в токсичных отношениях имеют место быть причинение боли, нанесение телесных увечий или даже убийства, якобы совершаемые женщиной-тираном. Данная идея вербализуется с помощью глаголов и выражений, обладающих семантикой «жестокость»: *matar* (убивать), *asustar* (пугать), *acosar* (домогаться), *ejercer la*

*violencia* (применять насилие), *mostrar el odio* (проявлять ненависть) (примеры 9–11):

9) *Una mujer mata a su marido en Barbate y se suicida tirándose desde la azotea* (Asocmaltratados // 12.08.2021). – Женщина **убивает своего мужа** в Барбате и совершает самоубийство, бросаясь с крыши.

10) *Este hombre solo quería irse y no seguir discutiendo más, asustado y sin saber que hacer mientras sigue siendo acosado por su pareja* (Contra\_injusticia\_de\_sexos // 12.11.2020). – Этот мужчина просто хотел уйти и больше не спорить, он **был напуган** и не знал, что делать, пока до него **продолжала домогаться его партнерша**.

11) *Mujeres que ejercen la violencia o muestra su odio hacia los hombres* (Contra\_injusticia\_de\_sexos // 08.04.2021). – Женщины, которые **применяют насилие или проявляют свою ненависть к мужчинам**.

Примечательно, на наш взгляд, что в результате процесса феминизации, подобные акты насилия по отношению к мужчинам стали расцениваться обществом как что-то забавное и «смешное» или же вовсе не придаются огласке. На языковом уровне это вербализовано с помощью прилагательного *gracioso* (смешной), а также лексического выражения с двойным отрицанием *no pasa nada* (ничего страшного) (пример 12):

12) *La típica situación de cuando una mujer agrede a un hombre y es gracioso o no pasa nada y si él se defiende es un crimen* (Contra\_injusticia\_de\_sexos // 08.01.2021). – Типичная ситуация, когда женщина **нападает** на мужчину, и **это выглядит смешно** или же **вовсе ничего не происходит**, а если он защищается, то это преступление.

Говоря о влиянии на общество, хочется также отметить, что многие женщины-тираны пропагандируют свою тиранию на митингах и шествиях, обладая особым безразличием и даже дикостью, что передаётся при помощи фразеологизма *pasarse de la raya* (переходить границы дозволенного), а также лексических единиц, обладающих семантикой «жестокость» и

«хладнокровие»: *sufrir* (страдать), *sería mejor sin ellos* (было бы лучше без них) (примеры 13 и 14):

13) *Estoy harto de que no paren de pasarme noticias, vídeos o fotos de mujeres que se pasan de la raya en las manifestaciones* (Contra\_injusticia\_de\_sexos // 08.04.2021). – Мне надоели постоянные новости, видео и фотографии женщин, которые **переходят все границы дозволенного на демонстрациях**.

14) *Te alegras cuando un hombre sufre o piensas que el mundo sería mejor sin ellos* (Colectivo.masculino // 03.05.2021). – Ты радуешься, когда **мужчины страдают**, или думаешь, что **мир был бы лучше без них**.

Сторонники маскулизма указывают на то, что ярая ненависть распространяется не только на взрослых, но и на детей. В приведённом ниже примере (пример 15) сообщается, что женщина из Аргентины на почве ненависти к представителям мужского пола собственноручно **убила** родного пятилетнего сына:

15) *El menor de 5 años asesinado en Argentina por su mamá y novia, ambas activistas feministas* (Colectivo.masculino // 06.08.2022). – Пятилетний мальчик **был убит** в Аргентине своей матерью и подругой, обе – активистки феминистского движения.

Ещё более возмутительно, как считают представители маскулизма, что подобные случаи происходят неоднократно, а СМИ и органы местной власти предпочитают не акцентировать на этом внимание общественности из-за того, что преступление было совершено именно **женщиной**. Особая жестокость на языковом уровне репрезентируется с помощью глагола *asesinar* (убивать) и усиливается с помощью словосочетания с количественным числительным *53 puñaladas* (53 ножевых ранения). Более того, с помощью метафорического переноса проводится аналогия ребёнка с мусором: *lo metió en una mochila y lo tiró a la basura* (положила его в рюкзак и выбросила в мусорный бак) (пример 16):

16) *Se llama Silvia Aceval. Asesinó a su bebé con 53 puñaladas, lo metió en una mochila y lo tiró a la basura. No habéis visto protesta, rueda de prensa, minuto de silencio o siquiera su cara en ningún programa de TV porque Silvia es mujer* (Parler // 18.06.2021). – Её имя Сильвия Асеваль. Она **убила** своего ребенка 53 ножевыми ранениями, **положила его в рюкзак и выбросила в мусорный бак**. Вы не видели ни протеста, ни пресс-конференции, ни минуты молчания, ни даже ее лица в какой-либо телепрограмме, **потому что Сильвия – женщина**.

Таким образом, конструирование образа женщины-тирана осуществляется посредством использования глаголов, которые условно можно отнести с лексико-тематическому полю «жестокое обращение»: *acosar* (домогаться), *agredir* (нападать), *matar* (убивать), *asesinar* (убивать), *ejercer la violencia* (применять насилие), *mostrar odio* (проявлять ненависть), *sufrir* (страдать). Тихая ненависть, исходящая от женщин-тиранов, зачастую перерастает в дикую ярость, хладнокровие и потерю рассудка, что передаётся с помощью фразеологизмов и метафорических переносов: *pasar de la raya* (переходить все границы), *lo metió en una mochila y lo tiró a la basura* (положила его в рюкзак и выбросила в мусор).

### 2.3. Вербальная репрезентация образа женщины-феминистки в дискурсе маскулизма

Помимо женщины-лгуни и женщины-тирана, в дискурсе маскулизма конструируется ещё один образ – образ женщины-феминистки, которая, как заявляют представители маскулизма, беспринципно меняет свои взгляды и убеждения ради достижения личной выгоды, при этом ущемляя права мужчин и **осуждая** их за выражение своей позиции в том или ином вопросе (примеры 17–18):

17) *Quieren la igualdad, hasta que la víctima es un hombre* (Serginhosm15 // 06.03.2023). – Они хотят равенства, **пока жертвой не станет мужчина**.

18) *Justificas en la mujer las mismas actitudes que en el hombre condenas* (Asocmaltratados // 12.05.2021). – Вы **оправдываете** женщин за **те же взгляды**, которые **осуждаете** в мужчинах.

В рамках дискурса маскулизма транслируется идея о том, что женщина-феминистка не только не даёт мужчине свободу слова, но ещё и загоняет его в социальные рамки, приписывая ему конкретные роли, которые он якобы обязан играть. Одной из таких ролей является роль кормильца семьи, которая позиционируется женщиной как основная и неотложная обязанность мужа. На языковом уровне данная роль вербализуется с помощью глагола *mantener* (содержать) (пример 19):

19) *Es machista cuando piensa que el papel de un hombre es **mantenerla económicamente*** (Contra\_injusticia\_de\_sexos // 09.12.2020). – Это сексизм, когда она думает, что роль мужчины заключается в том, чтобы **содержать ее материально**.

В случае, если мужчина плохо, по мнению женщины-феминистки, выполняет свою обязанность содержания семьи, и она «**не видит его потенциал**» в развитии, он сразу же теряет её уважение и поддержку. Отрицательное местоимение *ninguna* (ни одна), а также наречие меры и степени *mu* (очень) в сочетании с прилагательным в форме женского рода, множественного числа *pocas* (немногие) указывают на частоту происхождения ситуации, когда то для большинства женщин высокий социальный статус мужчины и его материальное благополучие имеют большое значение и при отсутствии таковых он «**вообще никуда не годится**» (*no sirve es de hecho*) и не является больше достойным партнёром, с которым стоит продолжать отношения (примеры 20–21):

20) *Todas las mujeres quieren los resultados económicos (principalmente), físicos y de status de un hombre, **pero ninguna o muy pocas van a estar apoyando en el proceso, si no vio tu potencial*** (Redpill.ok // 12.11.2022). – Все женщины хотят экономических (в основном), физических и статусных результатов от

мужчины, **но ни одна или очень немногие будут поддерживать его в процессе, если не видит его потенциал.**

21) *Decir que una mujer que no sabe cocinar o limpiar no sirve es condenado, es machista y es inaceptable, sin embargo, decir que un hombre que no pueda proveer no sirve es de hecho, una frase sumamente celebrada entre las mujeres* (Nymphesdelamer // 08.11.2022). – Говорить, что женщина, которая не умеет готовить или убирать, никуда не годится – является осуждением, проявлением сексизма и неприемлемо, но говорить, что мужчина, который не может **обеспечить, никуда не годится** – это, в общем-то, фраза, широко распространенная среди женщин.

Эгоизм женщины-феминистки проявляется в том, что она якобы утверждает, что **опасные виды работ** должны выполняться только мужчинами и ни в коем случае не женщинами, что на вербальном уровне выражается с помощью неизменяемого наречия *necesariamente* (обязательно). Так, здоровьем и жизнью мужчины пренебрегают (пример 22):

22) *Los trabajos peligrosos necesarios para nuestras sociedades, corresponden necesariamente a los hombres* (Asocmaltratados // 12.05.2021). – **Опасные виды работ, необходимые для нашего общества, обязательно выполняются мужчинами.**

Отдельное внимание стоит обратить на **каноны красоты**, которым должен соответствовать мужчина, по мнению женщины-феминистки. Так, красивый мужчина **должен** быть высоким, иметь крепкое спортивное тело и в целом соответствовать «**бесконечному списку физических характеристик**». Однако, когда речь заходит о женской внешности, то красота «**субъективна**» и какого-то конкретного идеала не существует (примеры 23–24):

23) *Está machista cuando piensa que el hombre tienes que cumplir con ciertos mandatos y ciertos cánones de belleza masculina cómo ser alto y fuerte* (Asocmaltratados // 04.02.2021). – Она проявляет сексизм, когда считает, что мужчина **должен соответствовать определенным требованиям и канонам мужской красоты, например, быть высоким и сильным.**

24) *Cuando van a calificar a un hombre piden una lista interminable de características física, pero a la hora de calificarse la belleza es subjetiva y por eso son un 9, 10 cuando en realidad son un 3, 4* (Redpill.ok // 05.11.2022). – Когда они собираются оценивать мужчину, они **составляют бесконечный список физических характеристик**, но когда дело доходит до оценки себя, то **красота субъективна**, и именно поэтому они ставят себе **9, 10** баллов, когда на самом деле их оценка **3, 4** балла.

Таким образом, на языковом уровне образ эгоистичной женщины-феминистки конструируется с помощью лексических единиц, вербализующих ее требования к внешнему виду мужчины – *mandatos y cánones de belleza* (требования и каноны красоты), *una lista interminable de características física* (бесконечный список физических характеристик), а также прилагательных и существительных, актуализирующих конкретные субъективные характеристики внешности, которым якобы должны советовать, по ее мнению, все представители мужского пола: *fuerte* (сильный), *alto* (высокий). Кроме того, важную лексико-тематическую группу при формировании образа женщины-феминистки в дискурсе маскулизма образуют единицы с семантикой «работа и финансовое обеспечение»: *mantenerla económicamente* (поддерживать её материально), *proveer* (обеспечивать), *corresponden necesariamente a los hombres* (обязательно выполняются мужчинами), *trabajos peligrosos* (опасные виды работ).

#### 2.4. Визуальные средства конструирования образа женщины в дискурсе маскулизма

На просторах интернета можно найти не только статьи, посвящённые теме маскулизма и формирующие различные женские образы, но ещё и большое количество изображений, которые по сути являются мультимодальными текстами, где смысл передаётся не только посредством языка, но и с помощью зрительного канала.

Так, на рисунке 1 формируется образ женщины-феминистки посредством описания достаточно распространённой на сегодняшний день в феминизированном обществе ситуации, связанной с гендерным неравенством и превозношением женских прав над мужскими.



Рисунок 1. Мультимодальная репрезентация образа женщины-феминистки в испаноязычном дискурсе маскулизма (Asocmaltratados // 07.04.2022)

Условно представленное выше изображение можно разделить на две части. В верхней части изображения в рамке слева вербализована ситуация: *hubo un feminicidio* (был совершён фемидид). Фемидид – это термин, введённый во второй половине XX века для названия «преднамеренных убийств женщин за то, что они являются женщинами». В словаре Королевской Академии испанского языка ему даётся следующее определение: *Asesinato de una mujer a manos de un hombre por machismo o misoginia* (убийство женщины мужчиной вследствие мачизма или женоненавистничества) [Diccionario de la lengua española].

Справа расположен мультипликационный персонаж – курица с розовыми волосами, голубым бантом на голове и зелёным платком на шее. Глаза курицы горят красным светом, в лапах она держит нож, а выражение лица передаёт агрессию и возмущение сложившейся ситуацией. На переднем и заднем планах изображены языки пламени – визуальные средства

выражения ярости и агрессии. Над персонажем расположено восклицательное предложение *Me empatriarca!* (Я вам сочувствую!), выражающее реакцию персонажа на данную ситуацию (фемцид). Нельзя не обратить внимание на наличие восклицательных знаков, которые обладают уникальной семантической функцией и указывают на напряжённую эмоциональную тональность, в данном случае графически передавая эмоцию возмущения. Так, можно сделать вывод, что в данном случае вербальная составляющая дополняет и раскрывает невербальный модус коммуникации, наиболее точно передавая замысел автора изображения.

Следует отметить, что цвета, преобладающие на данной картинке, также играют немаловажную роль в процессе передачи смысла. Так, волосы курицы окрашены в розовый цвет, который, как правило, ассоциируется с женственностью, из чего мы можем сделать вывод, что данный персонаж символизирует женщину и именно женскую реакцию на ситуацию, описанную слева [Фрумкина, 1984]. На принадлежность персонажа к женскому полу также указывает наличие банта на голове, который окрашен в голубой цвет. Голубой цвет является символом совершенства, возвышенности и стремления к идеалу [Там же]. Следовательно, мы можем предположить, что женщины, в глазах представителей маскулизма, стремятся навести порядок в обществе и установить справедливость.

Особое внимание обращает на себя платок, надетый на шею персонажа: во-первых, зелёный цвет является символом процветания и плодородия [Фрумкина, 1984], во-вторых, на нем изображен символ-логотип некоммерческой организации *Campaña Nacional por el Derecho al Aborto Legal, Seguro y Gratuito* (Национальная кампания в защиту права на бесплатный, безопасный и легальный аборт), запущенной в Аргентине в 2005 году. Её приверженцы, а именно, в большинстве своем феминистки выступают за декриминализацию аборт в Чили, Перу, Колумбии и Бразилии, а также заявляют о других проблемах, связанных с дискриминацией женщин (например, о фемциде).

В нижней части изображения расположен вербальный элемент мультимодального текста: *Pero el asesino es una mujer* (но убийцей является женщина). Курица изображена уже не с ножом в руках, а с черной повязкой на глазах. Сверху вербальный модус дублирует передаваемые на невербальном уровне смыслы: *Yo no he visto nada* (я ничего не видела). Всё это даёт реципиенту возможность понять, что феминистки зачастую закрывают глаза на преступления, совершаемые женщинами, а СМИ не афишируют подобные ситуации. Справа от персонажа находится надпись: *Pasito de Michael Jackson* (походка Майкла Джексона), что, в свою очередь, указывает на безразличие феминисток. Майкл Джексон знаменит своей легендарной лунной походкой, которая символизирует лёгкость и непринуждённость.

Таким образом, на вербальном и визуальном уровнях конструируется образ женщины-феминистки, который тесно связан с образом женщины-лгуньи. Подтверждением тому является рисунок 2. Здесь изображена сцена из популярного американского анимационного комедийного сериала *The Simpsons*, который знаменит и даже запрещён к просмотру в некоторых странах по причине того, что в нем освещаются и зачастую высмеиваются острые социальные и политические проблемы.



Рисунок 2. Мультимодальная репрезентация образа женщины-феминистки в испаноязычном дискурсе маскулизма (Daniavelandia // 12.07.2021)

На изображении представлен диалог между мужчиной и женщиной, а именно с представительницей феминистского движения. Такой вывод можно сделать благодаря зелёному платку с логотипом организации, занимающейся легализацией аборт в странах Латинской Америки. Помимо этого, на платке находится логотип самого феминистского движения.

Рассмотрим подробнее вербальную составляющую данного мультимодального текста. Можно выделить лексические единицы, репрезентирующие концепцию феминизма (среди них – глагол *luchar* с семантикой «борьба» в сочетании с существительным *derechos*): *luchar por tener los mismos derechos* (бороться за то, чтобы иметь те же права), а также грубое императивное высказывание – *cállate machito* (Замолчи, мачито). Более того, существительное *macho* использовано в форме диминутива, что в испанском языке репрезентирует неуважение и презрение. Так, вербализовано пренебрежительное отношение к мужчинам со стороны женщин-феминисток.

Образ женщины-лгуны раскрывается посредством высказывания: *Auu no sé...* (Нуу, я не знаю...), употребление которого указывает на то, что зачастую женщины-феминистки, говоря об ущемлении своих прав, не могут достойно аргументировать свою точку зрения и привести вязкие доказательства того, что их права действительно ущемляются. Междометие *Auu*, а также знак тросточия обладают семантикой неуверенности, неопределённости и лукавства.

Продолжая тему лжи, мы обращаем внимание на рисунок 3.

## La "igualdad" feminista

novio abusivo: "maldito machismo, nos estan matando, ni una menos"

novia abusiva: "de seguro se estaba defendiendo" "algo habra hecho" "se lo merece"



Рисунок 3. Мультимодальная репрезентация образа женщины-феминистки в испаноязычном дискурсе маскулизма (Mundolibertario // 26.03.2020)

Первое, что бросается в глаза, – это заголовок, представляющий собой пропозицию: *La "igualdad" feminista* (Феминистское «равноправие»). Так, становится понятно, что, по мнению сторонников маскулизма, у феминисток существует своя уникальная версия того, каким должно быть равноправие между мужчинами и женщинами. Существительное *igualdad* взято в кавычки, что свидетельствует о том, что сторонники маскулизма выражают скептическое отношение к концепту равноправия, формируемого женщинами-феминистками. Они считают, что под маской равноправия скрывается ложь и дискриминация мужской части населения. Женщины, занимая позицию слабого пола, играют образ жертвы и, пользуясь своим положением, давят на рычаги общества таким образом, что мужчины утрачивают какую-либо возможность быть защищёнными.

Изображение можно условно разделить на две части, каждая из которых репрезентирует ситуации, которые противопоставляются друг другу. Слева описывается ситуация насилия по отношению к женщине: *maldito machismo, nos están matando, ni una menos* (проклятый мачизм, они убивают нас, ни одной

меньше). Прилагательное *maldito* обладает негативной коннотацией и выражает ненависть женщин-феминисток по отношению к мужчинам. Отрицательная частица *ni* в выражении *ni una menos* усиливает его значение, наиболее точно передавая интенцию полностью прекратить и искоренить насилие над женщинами. Сама фраза одновременно является лозунгом и названием феминистского движения, борющегося против фемицида, которое появилось в 2015 году в Аргентине и в дальнейшем распространилось на территории других стран Латинской Америки, включая Уругвай, Парагвай, Чили, Перу и Бразилии. Движение получило известность благодаря широкому использованию в социальных медиа хештега *#NiUnaMenos*, что привело к многочисленным демонстрациям в Аргентине.

Справа представлена ситуация насилия по отношению к мужчине. Это осуществляется с помощью лексических единиц с семантикой «жестокость»: *abusiva* (жестокая), *se lo merece* (он этого заслужил); и «ложь»: *estaba defendiendo* (она защищалась), *algo habra hecho* (она должна была что-то сделать).

Визуальная составляющая данного мультимодального текста также используется для конструирования образа женщины. Под текстом расположена собака. Животное одето в розовую одежду и репрезентирует женщин-феминисток. Слева собака скалится, выражая агрессию и гнев по отношению к мужчинам, а справа – мило улыбается. Так, конструируется образная характеристика женщины-лгуньи. Делается акцент на лицемерии современного общества, которое игнорирует проявление насилия женщин по отношению к своим партнёрам и полагает, что женская жестокость всегда обусловлена какой-то веской причиной и происходит в целях самообороны.

Так, визуальная составляющая данного текста дополняет вербальную его часть, формируя и раскрывая образы женщины-феминистки, женщины-лгуньи, а также женщины-тирана. На данном примере видно, что последователи маскулизма манифестируют: феминистки зачастую лгут не

только в пользу защиты своих гражданских прав, но ещё и с целью оправдать акты насилия, которые они совершают против мужчин.

Рассмотрим ещё один пример проявления жестокости, на котором акцентируют своё внимание представители маскулизма (Рисунок 4):



Рисунок 4. Мультимодальная репрезентация образа женщины-тирана в испаноязычном дискурсе маскулизма (Casicreativos// 27.09.2023)

*Me pegaba doña Florinda y todos se rieron* (Донья Флоринда меня била, и все смеялись) – это фраза из некогда популярного мексиканского телесериала *El Chavo del 8*, который по сути является ситуационной комедией и содержит в себе сцены насилия, мачизма, жестокого обращения с детьми и других видов дискриминации. Сериал транслировался по всему миру и был дублирован на португальский, итальянский, японский, французский, арабский и немецкий языки. Данное высказывание содержит в себе глагол обладающий семантикой «жестокость»: *pegaba*, а также лексические единицы, указывающие на безразличие и отсутствие в обществе чувства сострадания: *todos se rieron*.

Ниже изображён персонаж по имени *Don Ramon*, которого, собственно, и била *Doña Florinda*. Тому подтверждением служат многочисленные

гематомы фиолетового цвета на его лице. Таким образом, автор данного мультимодального текста дополняет вербальную составляющую, показывая, что нередко прибегают к абьюзу и жестокости по отношению к мужчинам и не несут за это ответственности.

Абьюзивное отношение может выражаться не только в физическом, но ещё и в морально-психологическом насилии. Подобная ситуация продемонстрирована на рисунке 5. В центре изображения располагается вербальный элемент – *Abuso sexual y violencia reproductiva contra los hombres* (сексуальное и репродуктивное насилие в отношении мужчин). Так, сторонниками маскулизма обозначается проблема. Стоит отметить, что при упоминании центральных единиц высказывания (*abuso sexual* и *violencia reproductiva*) использовано такое графо-стилистическое средство, как *Caps Lock*, с помощью которого акцентируется внимание на передаваемых авторами изображения смыслах.

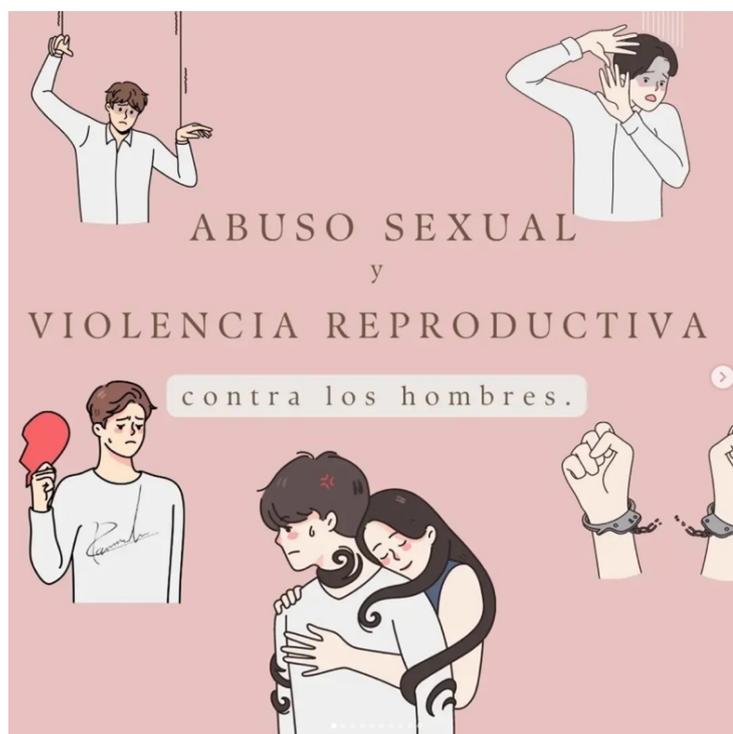


Рисунок 5. Мультимодальная репрезентация образа женщины-тирана в испаноязычном дискурсе маскулизма (Asocmaltratados // 25.07.2021)

Помимо текста на картинке представлены графические элементы в виде небольших зарисовок, каждая из которых выражает уникальные смыслы и отражает конкретную ситуацию.

В верхнем левом углу расположен мужчина с руками, к которым привязаны нити, из чего можно сделать вывод, что он изображён в виде куклы-марионетки. Марионетка традиционно считается символом контроля, власти, господства и манипуляции. Так, в дискурсе маскулизма пропагандируется идея о том, что мужчины зачастую оказываются куклами в руках женщин, вынуждены следовать их правилам и подчиняться их воле, не имея возможности самостоятельно принимать решения и высказывать свою точку зрения.

В правом верхнем углу мужчина изображён в образе запуганной жертвы. Руки, поднятые вверх, прикрывают лицо, что символизирует его намерение защититься от удара. Ранее (в параграфе 2.2.) при анализе лексических средств конструирования образа женщины-тирана упоминалось, что тирания по отношению к мужчинам может проявляться как на психологическом, так и на физическом уровне в виде нанесения различных телесных увечий. Всё это наглядно изображено на рисунке и позволяет нам убедиться в том, что текстовая и визуальные составляющие полностью коррелируют друг с другом.

В левом нижнем углу расположен молодой человек, держащий в руке половинку разбитого сердца, что символизирует неудачный любовный опыт и подавленное эмоциональное состояние, в котором находится мужчина из-за расставания или проблем в отношениях с женщиной.

Идея об извлечении женщиной личной выгоды из взаимоотношений с противоположным полом представлена на зарисовке, расположенной в нижней части изображения: девушка буквально «обвивает» молодого человека своими волосами, что позволяет нам провести аналогию с лианами, растущими на заборах или фасадах зданий, которые вьются, чтобы получить лучший доступ к солнечному свету. Так, транслируется, что женщина может

«потребительски» относиться к мужчине, нередко ведя паразитарный образ жизни.

В правом нижнем углу изображены мужские руки, закованные в наручники, которые являются общепринятым в обществе символом несвободы, заточения и внешних ограничений. Несмотря на весь пессимизм, цепь между наручниками разорвана, что олицетворяет стремление мужчин к обретению свободы и избавлению от «оков», надетых женщинами.

Возвращаясь к образу женщины-феминистки, отметим, что нередко представительницы феминистского движения меняют своё мнение, чтобы вызвать у мужчины чувство вины и стыда, даже если тот совершает по отношению к ним добрый поступок. Подобный феномен наблюдается на рисунке 6, где репрезентируется ситуация, в которой мужчина уступает женщине место в общественном транспорте. Существительное *el asiento* (место) выделено красным цветом, что позволяет автору данного текста привлечь внимание к абсурдности происходящего.

### ¿LE CEDES EL ASIENTO A UNA MUJER?



Рисунок 6. Мультимодальная репрезентация образа женщины-феминистки в испаноязычном дискурсе маскулизма (Daniavelandia // 03.10.2022)

На рисунке 6 изображен мужчина, который не может решить, на какую из кнопок ему нажать. На кнопке слева написано: *Machista, ¿Acaso crees que las mujeres son débiles?* (Мачист, неужели ты считаешь женщин слабыми?) На кнопке справа указано: *Desconsiderado, sin educación. ¿Y si fuera tu madre?* (Невнимательный, невоспитанный. А если бы это была твоя мать?) Так, вербализуются две ситуации: первая, когда мужчина всё-таки уступает место в общественном транспорте; вторая – когда решает этого не делать. Примечательно, что оба решения влекут за собой негативную ответную реакцию со стороны женщины-феминистки. Её образ конструируется с помощью лексических единиц, обладающих негативным коннотативным значением, которые она употребляет применительно к мужчине: *desconsiderado* (бесцеремонный), *sin educación* (необразованный). Таким образом, формируется представление о нелогичности мыслей и поступков и лицемерии женщины-феминистки, которая нередко становится тираном в отношениях с противоположным полом. Кроме того, в целях манипуляции применяется тактика апелляции к чувству долга: *¿Y si fuera tu madre?* (А если бы это была твоя мать?).

Графическая составляющая дополняет вербальную, показывая, насколько тяжело иногда мужчинам принять правильное решение, чтобы не быть в очередной раз униженными.

Интенция женщин-феминисток к искажению фактов, преувеличению и драматизации прослеживается на рисунке 7.



Рисунок 7. Мультимодальная репрезентация образа женщины-феминистки в испаноязычном дискурсе маскулизма (Daniavelandia // 18.02.2023)

На данном изображении с помощью существительного *chiste* (шутка) и восклицательного междометия *Jah!* репрезентируется ситуация, в которой женщина открыто насмехается и унижает мужчину, позиционируя такое поведение как обыденное или даже оправданное. Однако, когда подобные действия направлены на нее саму, она считает их недопустимыми и видит в них проявление дискриминации и мачизма. Такой вывод можно сделать при рассмотрении вербальной составляющей мультимодального текста: *Cuando el machismo se disfraza de "humor"* (Когда мачизм не воспринимается как «юмор»).

Обращая внимание на визуальную составляющую данного мультимодального текста, отметим, что мужчина изображен в сером цвете, что может указывать на его неопределенность или незначимость в анализируемом контексте. На фоне женщины он выглядит «слабым звеном», которое подвергается постоянным насмешкам и унижениям, что может быть интерпретировано как отражение текущей социокультурной динамики или неравноправия в обществе. Мужчина стереотипно характеризуется мужественностью и силой, но на данном изображении он представлен в уязвимом положении, что может вызывать эмоциональные реакции

реципиента. Агрессия и унижение со стороны женского пола визуально представлены в виде пирога, брошенного в лицо мужчине, что говорит, как полагают представители маскулизма, о доминировании женщины в современной обществе. Подобный контраст может привлечь внимание к вопросам социальной справедливости и равенства.

Ещё одним примером конструирования образа женщины-феминистки является рисунок 8.



Рисунок 8. Мультимодальная репрезентация образа женщины-феминистки в испаноязычном дискурсе маскулизма (Contrafeminismo // 13.06.2021)

В левой части изображения представлен мужчина, который размышляет о женщине на соседней скамейке, что характеризуется как обыденное наблюдение: *Esa señora huele a cebolla* (От этой женщины пахнет луком). Так, представлено нейтральное восприятие окружающей среды. Женщина-феминистка в правой части картинке, в своих мыслях о мужчине формулирует следующее: *Ese tipo seguro quiere violarme* (Этот парень точно хочет меня изнасиловать). Ее интерпретация действительности подменяет оригинальное намерение мужчины и намерено помещает его в негативный коммуникативный контекст.

Данная ситуация иллюстрирует предвзятость, которая может возникать при взаимодействии между мужчинами и женщинами, особенно в контексте феминистского движения. Так, женщина интерпретирует безобидное наблюдение мужчины как угрозу сексуального насилия по отношению к ней, выражая таким образом готовность видеть в обыденных ситуациях агрессию со стороны мужчины. Подобная гиперболизация искажает реальность и может привести к недопониманию и конфликтам в общении между гендерами.

Отдельное место в конструировании специфического образа женщины в дискурсе маскулизма занимают мультимодальные тексты, изображающие дискриминацию мужчин со стороны женщин из-за внешности (Рисунок 9).

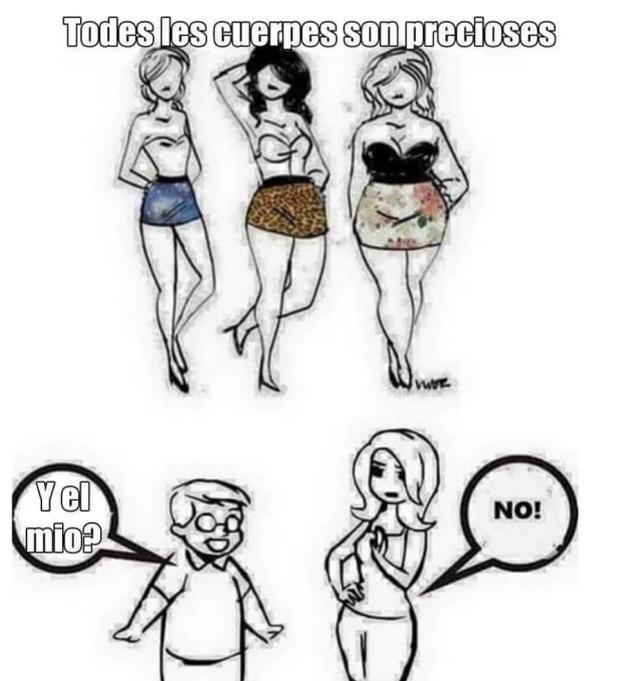


Рисунок 9. Мультимодальная репрезентация образа женщины-феминистки в испаноязычном дискурсе маскулизма (Masculinidad // 25.04.2023)

В верхней части изображения запечатлены женские фигуры, над которыми располагается надпись *Todes las cuerpas son preciosas* (Все тела прекрасны), указывающая на равенство всех типов женской фигуры. Специфичное написание слов с использованием безличного окончания *-es* указывает на расплывчатость половых ассоциаций и свидетельствует о

принадлежности к обоим гендерам. Таким образом, данное высказывание подчеркивает равноправие и равенство в оценке внешних аспектов тел.

В противопоставлении этому в нижней части изображения представлена иная ситуация: мальчик спрашивает у девушки *Y el mío?* (И моё?), интересуясь ее мнением о своей внешности, на что девушка отвечает отрицательно (*No*), отказываясь признать его привлекательность. Данное изображение вербализует существующие в настоящее время стереотипы о мужской красоте и указывает на то, что несоответствующие данным стандартам мужчины воспринимаются скептически представительницами женского пола.

Иногда женщины могут относиться к мужчине с презрением, если его внешние данные далеки от идеала (Рисунок 10).



Рисунок 10. Мультимодальная репрезентация образа женщины-феминистки в испаноязычном дискурсе маскулизма (Nofem // 11.09.2023)

Представленное мультимодальное изображение способствует конструированию образа женщины, поведение которой дискриминирует мужчин из-за их внешности. В верхней части изображения представлена ситуация, где привлекательный внешне мужчина делает комплимент девушке, которая отвечает ему взаимностью. Подтверждением этому служит

восклицательное предложение *Eso es tan dulce!* (Это так мило!), которое отражает положительное отношение девушки к комплименту. Это выражение устанавливает позитивный контекст взаимодействия и взаимопонимания между гендерами на основе внешних аспектов в рамках стандартных социокультурных норм.

Верхней части картинки противопоставляется ситуация, представленная в нижней части изображения: мужчина, внешность которого не соответствует общепринятым стандартам красоты (избыточный вес, очки), делает аналогичный комплимент этой же девушке, которая реагирует на него не совсем адекватно. Девушка находится в состоянии шока и недоумения, ее реакция неоднозначна – она испытывает страх и удивление, обращаясь за помощью к отделу управления персоналом. В данной сцене проявляется дискриминация и негативное отношение к мужчине из-за его внешности, которая может повлиять на взаимодействие между гендерами и социальную динамику. Этот контраст иллюстрирует влияние социокультурных стереотипов на восприятие и оценку внешних характеристик и подчеркивает важность проблемы дискриминации на основе внешности в контексте гендерных отношений.

## ВЫВОДЫ ПО ГЛАВЕ 2

Проведенный мультимодальный анализ образа женщины в испаноязычном дискурсе маскулизма позволил сделать несколько основополагающих выводов:

1) В дискурсе маскулизма конструируются следующие аспекты образа женщины: женщина-лгунья, женщина-тиран и женщина-феминистка.

2) Языковыми средствами конструирования каждой характеристики образа являются, в основном, отрицательные лексические единицы, которые можно условно объединить в несколько лексико-тематических групп. Образ женщины-лгуньи конструируется посредством лексических единиц с семантикой «ложь»: *falsa denuncia* (ложный донос), *engaño* (обман); «мечь»: *intenciones de venganza* (намерение отомстить), *chantajear* (шантажировать), *ser obligado a pagar una pensión de alimentos* (быть обязанным выплачивать алименты); а также «несправедливость»: *se llevó ilegalmente a hijos* (незаконно забрала детей), *nada lo impidió* (ничто этому не препятствовало), *con ningún tipo de apoyo* (без какой-либо поддержки).

3) Образ женщины-тирана актуализируется на вербальном уровне с помощью лексики с семантикой «жестокое обращение»: *acosar* (домогаться), *agredir* (нападать), *matar* (убивать), *asesinar* (убивать), *ejercer la violencia* (применять насилие), *mostrar odio* (проявлять ненависть), *sufrir* (страдать), *pegar* (бить), *abusiva* (жестокая), *se lo merece* (он этого заслужил); а также «безрассудство»: *pasar de la raya* (переходить все границы), *lo metió en una mochila y lo tiró a la basura* (положила его в рюкзак и выбросила в мусор).

4) Образ женщины-феминистки формируется при помощи вербальных средств, репрезентирующих концепцию феминизма: *luchar por tener los mismos derechos* (бороться за то, чтобы иметь те же права); лексических единиц, эксплицирующих требования к внешности мужчины: *fuerte* (сильный), *alto* (высокий), *mandatos y cánones de belleza* (требования и каноны красоты), *una lista interminable de características física* (бесконечный список

физических характеристик); лексических средств из лексико-тематической группы «работа и финансовое обеспечение»: *mantenerla económicamente* (поддерживать её материально), *proveer* (обеспечивать), *corresponden necesariamente a los hombres* (обязательно выполняются мужчинами), *trabajos peligrosos* (опасные виды работ); лексем с семантикой «осуждение»: *desconsiderado* (бесцеремонный), *sin educación* (необразованный), а также вербальных средств, оправдывающих жестокое обращение со стороны женщин: *estaba defendiendo* (она защищалась), *algo habra hecho* (она должна была что-то сделать).

5) При конструировании образа женщины мощным инструментом трансляции идей последователей маскулизма являются мультимодальные тексты, вербальные, визуальные и графические элементы которых коррелируют и дополняют друг друга, что позволяет авторам передавать нужные им смыслы одновременно по нескольким каналам коммуникации. На визуальном уровне женщина нередко репрезентируется через зооморфные и антропоморфные образы, которые включают в себя характерные атрибуты женского пола, такие как окраска волос и специфический выбор одежды. Эти образы также могут нести в себе элементы, символизирующие идеи феминистского движения.

6) Образ женщины в дискурсе маскулизма – всегда негативный, он формируется не на основе архетипических женских ролей (мать, красавица, сексуальный партнёр, супруга, хозяйка и труженица), а посредством репрезентации отрицательных аспектов и актуализации стереотипных ситуаций, в которых женщина предстает манипулятором, эгоисткой, феминисткой, аморальным тираном и убийцей, ужасной матерью и супругой, а также «паразитом», постоянно пытающимся извлечь из отношений с противоположным полом личную выгоду, не принимая во внимание физическое и моральное благополучие партнёра.

## ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Целью данной бакалаврской работы стало выявление вербальных и невербальных средств конструирования образа женщины в испаноязычном дискурсе маскулизма.

В Первой главе представленной выпускной квалификационной работы рассмотрены такие центральные теоретические понятия, как «социальный дискурс» и «дискурс социальных сетей», а также выделены их сущностные характеристики. Описан маскулизм как острая социальная проблема, приведена история возникновения данного общественного движения в Латинской Америке, а также дана классификация его направлений. Теоретическая часть исследования включает в себя обзор трудов отечественных и зарубежных ученых, в центре внимания которых находится языковая специфика дискурсивного конструирования образа в дискурсе социальных медиа. При этом представлен обзор ряда работ, посвященных анализу традиционного образа женщины, укоренившегося в обществе. Кроме того, рассмотрено понятие мультимодальности в лингвистической науке, а также порядок и особенности проведения мультимодального анализа как основного метода исследования мультимодальных текстов.

Теоретическую базу настоящего исследования составили труды отечественных и зарубежных лингвистов, занимающихся изучением 1) социального дискурса (К.И. Гоффман, В.В. Красных, Л.П. Крысин, К. Леви-Стросса, А. Мейе, Е.Ф. Серебренникова, Ю.С. Степанов, Ю. Хабермас), 2) дискурса маскулизма (М. Блайс, Ю.А. Горностаева, М. Кауфман, Н.Л. Пушкарёва, Д. Родригес), 3) дискурса социальных сетей (медиа) (Е.С. Абрамова, Д.Н. Баранов, Т.Г. Добросклонская, А.А. Ефанов, М.Н. Крылов, Д. Мурти, А.С. Рябова), 4) мультимодальности и мультимодального анализа (А.А. Кибрик, Г.Е. Крейдлин, Г. Кресс, Ю.В. Сорокина), 5) дискурсивного конструирования образа (Ю.В. Балакина,

П. Бергер, В.А. Лабунская, М.Ю. Товкес), б) образа женщины (О.Н. Варламова, О.Н. Ворошилова, Е.В. Косинцева, А.С. Песикова).

Социальный дискурс играет ключевую роль в формировании общественного мнения и продвижении социально значимых вопросов. Благодаря развитию социальных сетей, этот вид дискурса становится более доступным и эффективным пространством коммуникации, позволяя людям общаться, выражать свои мнения и оказывать влияние на формирование у людей общественных, культурных и моральных ценностей, а также их отношение к многочисленным социальным течениям, выступающим против различного рода дискриминации, как правило связанной с принадлежностью человека к той или иной национальности, полу или возрастной группе.

Маскулизм – противоположное феминизму общественное течение, стремительно набирающее обороты, в особенности в испаноязычных странах. Цель данного движения – защита гражданских прав мужчин и достижение социального равенства между представителями мужского и женского пола. Исходя из различных приоритетов его представителей, внутри маскулизма ученые выделяют такие направления, как *мачизм*, *андроцентризм*, *сексизм* и *патриархат*.

Женский образ является центральным понятием настоящего исследования. Так, издавна женщинам приписываются такие роли, как роль супруги, хозяйки, матери, сексуального партнера, труженицы и красавицы. Все они формируют исключительно положительное представление о женщинах. Однако доминирование мужского дискурса создает иные, противоположные образы и концепции о женской сущности.

Мультимодальность в коммуникации и социальной семиотике подчеркивает важность использования различных коммуникативных модусов для создания более глубокого и многослойного сообщения. Развитие цифровых технологий способствует появлению новых типов текстов, которые интегрируют разнообразные средства для передачи смысла, делая сетевую коммуникацию более динамичной и многоаспектной. Мультимодальный

дискурс отражает сложность современного общения, где разные системы знаков и невербальные элементы взаимодействуют, обогащая и постоянно изменяя коммуникативное пространство. Это подчеркивает необходимость учитывать множество факторов при интерпретации информации, что делает коммуникацию более эффективной и отражающей реалии современного общества.

В рамках нашего исследования материалом стали мультимодальные тексты, в которых активисты маскулизма выражают своё недовольство представительницами женского пола. Публикации в социальных сетях содержат в себе текст и картинку, которые во взаимодействии обуславливают особый процесс передачи информации, который осуществляется не только с помощью вербального, но ещё и невербального модуса коммуникации (графических и визуальных элементов – рисунков, символов и цветов).

Во Второй главе посредством комплексного лингвистического инструментария, включающего такие методы, как дискурсивный, лексико-семантический и мультимодальный анализ, исследован языковой материал, представляющий собой тексты социальных медиа на испанском языке, репрезентирующие идеологию маскулизма. В результате языкового анализа были выявлены вербальные и невербальные средства конструирования образа женщины и актуализации различных его характеристик в дискурсе маскулизма.

Так, было установлено, что в испаноязычном дискурсе маскулизма конструируется несколько основных характеристик образа женщины – женщина-лгунья, женщина-тиран и женщина-феминистка. Каждая характеристика выражается с помощью ряда мультимодальных средств, формирующих специфический образ женщины на вербальном, визуальном и графическом уровнях. На вербальном уровне конструирование образа женщины осуществляется посредством особых лексических единиц, объединенных в несколько лексико-тематических групп (с семантикой «ложь», «мечь», «несправедливость», «жестокое обращение»,

«безрассудство», «презрение», «феминизм», «каноны красоты», «работа и финансовое обеспечение», а также вербальных единиц оправдывающих жестокость со стороны женщин), а невербальными средствами репрезентации образа женщины являются изображения, символы, графо-стилистические приемы и цвета.

Практическая значимость работы заключается в возможности использования ее результатов в рамках изучения страноведения испаноязычных стран, социолингвистики, коммуникативной лингвистики, а также для формирования наиболее яркого представления о социальном устройстве общества в испаноязычных странах.

В качестве перспектив исследования отметим возможность расширения языкового материала за счет анализа текстов представителей данного движения на другом иностранном языке, а также выявление вербальных и невербальных средств конструирования образа мужчины в феминистском дискурсе с последующим сравнительно-сопоставительным анализом.

## СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ

1. Абрамова Е.С. Массмедийный дискурс: сущность и особенности // Филологические науки. Вопросы теории и практики. 2014. Вып. 12 (42). Ч. 1. С. 17–19.
2. Айвазова С.Г. Русские женщины в лабиринте равноправия (Очерки политической теории и истории). М.: РИК Русанова, 1998. 131 с.
3. Алефиренко Н.Ф. Лингвокультурология. Ценностно-смысловое пространство языка. М.: Флинта, Наука, 2009. 224 с.
4. Альварес Солер А.А. Лексическая репрезентация концепта «женщина» как ключевого фрагмента испанской концептосферы // Вестник МГЛУ. 2015. Вып. 12. С. 9–16.
5. Бабаян В.Н. Различные подходы к определению понятия «дискурс» и его основные характеристики // Верхневолжский филологический вестник. 2017. Вып. 13. С. 76–81.
6. Байкова А.В. Мультиmodalный дискурс-анализ как один из методов коммуникативно-прагматического подхода к пониманию языка и текста. Киров. Вестник Вятского государственного университета. 2022. Вып. 11. С. 230–234.
7. Балакина Ю.В., Товкес М.Ю. Лингвистические средства конструирования образа женщины-политика (на материале микроблога Твиттер) // Вестник Санкт-Петербургского университета. Язык и литература. 2019. Вып. 16 (3). С. 381–399.
8. Баринов Д.Н. Политический дискурс в социальных медиа: специфика производства и факторы эффективности // Политика и Общество [Электронный ресурс]. 2016. Вып. 6. С. 755–764. URL: [https://nbpublish.com/library\\_read\\_article.php?id=54571](https://nbpublish.com/library_read_article.php?id=54571) (дата обращения: 17.03.2024).
9. Бенвенист Э. Общая лингвистика: монография. М.: Эдиториал УРСС, 2002. 448 с.

10. Бергер П., Лукман Т. Социальное конструирование реальности. Трактат по социологии знания. М.: Медиум, 1995. 56 с.
11. Борzych С.В. Социальный дискурс: монография. М.: ИНФРА-М, Научная мысль, 2020. 145 с.
12. Варламова О.Н., Колмогорова А.В. Женщина в семейной коммуникации: речевой портрет матери (на материале русского и французского языков): монография. Красноярск: Сибирский федеральный университет, 2019. 208 с.
13. Ворошилова О.Н. Образ женщины в современном мире (по материалам современных российских женских журналов) // Манускрипт. 2016. Вып. 5 (67). С. 54–57.
14. Горностаева Ю.А. Образ женщины в испаноязычном дискурсе маскулизма в контексте метафорического моделирования // Вестник ВГУ. Серия: Лингвистика и межкультурная коммуникация. 2022. Вып. 3. С. 78–85.
15. Гнатюк О.Л. Основы теории коммуникации. М.: КНОРУС, 2010. 256 с.
16. Добросклонская Т.Г. Массмедийный дискурс: теория и методы изучения // Дискурс современных масс-медиа в перспективе теории, социальной практики и образования / под науч. ред. Е.А. Кожемякина, А.В. Полонского, А.Г. Ходеева. Белгород: Изд-во БелГУ, 2014. С. 48–57.
17. Ефанов А.А. Дискурс социальных медиа: к проблеме интерпретации // Вестник ВШЭ. 2022. Вып. 3(11). С. 509–527.
18. Ефанов А.А., Юдина Е.Н. Медиаэффекты в современном неоинформационном обществе // Communicology. 2021. Серия 9. Вып. 4. С. 136–147.
19. Здравомыслова Е.А., Тёмкина А.А. 12 лекций гендерной социологии: учеб. пособие. Санкт-Петербург: Европейский университет. 2015. 384 с.
20. Каменская О.Л. Гендеретика – наука будущего // Гендер как интрига познания. Пилотный выпуск. М.: «Рудомино», 2002. С. 13–20.

21. Кардапольцева В.Н. Женщина: хозяйка: героиня, муза... (о стереотипах женского поведения) // Вестник Тамбовского университета. Серия: Гуманитарные науки. 1999. Вып. 4. С. 19–30.
22. Кибрик А.А. Мультиmodalная лингвистика // Когнитивные исследования. 2010. Вып. 9. С. 134–152.
23. Кибрик А.А. Русский мультиmodalный дискурс. Часть I. Постановка проблемы // Психологический журнал. 2018. Вып. 1(39). С. 70–80.
24. Колодкина Е.Н. Специфика психолингвистической трактовки параметров конкретности, образности и эмоциональности значения существительных: дис. ... канд. филол. наук: 10.02.19. М., 2016. 187 с.
25. Косинцева Е.В. Женские образы в хантыйской литературе: монография. Ханты-Мансийск: Печатное дело, 2010. 98 с.
26. Красных В.В. Основы психолингвистики и теории коммуникации: Курс лекций. М.: ИТДГК «Гнозис», 2001. 270 с.
27. Крейдлин Г.Е. Семиотическая концептуализация тела и проблема мультиmodalности // Экология языка и коммуникативная практика. 2014. 2. С. 100–120.
28. Крылова М.Н. Язык современного интернет-общения (на материале интеллектуального контента социальной сети «ВКонтакте») // Журнал об актуальных проблемах филологии и педагогической лингвистики. 2019. Вып. 1. С. 128–137.
29. Лабунская В.А. Экспрессия человека: общение и межличностное познание. Ростов н/Д: Феникс, 1999. 608 с.
30. Лукьянова Н.А. Когнитивные источники образных слов // Сибирский филологический журнал. 2003. Вып. 4. С. 169–186.
31. Мاستыцина М.С., Прохорова О.Н., Челукай И.В. Конструирование образа иммигранта в медиадискурсе: специфика дискурсивных стратегий (на примере группы в социальной сети Facebook и статей в британском издании The Daily Mail) // Журнал «Дискурс профессиональной коммуникации». 2020. Вып. 2. С. 23–44.

32. Песикова А.С. Взгляд изнутри культуры. Ханты-Мансийск: Департамент по вопросам малочисленных народов Севера, 2006. 96 с.
33. Плотникова С.Н. Неискренний дискурс (в когнитивном и структурно-функциональных аспектах). М.: Прогресс, 2000. 204 с.
34. Пушкарева Н.Л. Гендерная история. Волгоград: Учитель, 2014. С. 287–312.
35. Рязанова-Даури В.С. Нравы и обычаи в повседневной культуре хантов и манси. Санкт-Петербург. 2011. 24 с.
36. Раздобреева П.С. Специфика визуальной репрезентации женского образа в гляцевых журналах для девушек // Санкт-Петербург: Санкт-Петербургский государственный университет, 2017. 136 с.
37. Рябова А.С. Лингвистические особенности англоязычного дискурса социальных сетей // Огарёв-online [Электронный ресурс]. URL: <https://journal.mrsu.ru/arts/lingvisticheskie-osobennosti-angloyazychnogo-diskursa-socialnyx-setej> (дата обращения: 24.03.2024).
38. Серебренникова Е.Ф. К проблеме аксиологического измерения социального дискурса // Вестник Бурятского государственного университета. Философия. 2012. Вып. 1. С. 122–128.
39. Сорокина Ю.В. Понятие мультимодальности и вопросы анализа мультимодального лекционного дискурса // Филологические науки. Вопросы теории и практики. 2017. Вып. 10 (76). С. 168–170.
40. Степанов В.Н. Провоцирование в социальной и массовой коммуникации: монография. Москва: ФЛИНТА, 2019. 269 с.
41. Таджибова А.Н., Быкова Л.В. Образ женщины в хантыйской лингвокультуре // Томский журнал ЛИНГ и АНТР. 2018. Вып. 1(19). С.123–131.
42. Фрумкина Р.М. Цвет, смысл, сходство. Аспекты психолингвистического анализа. М.: Наука, 1984. 175 с.

43. Фуко М. Воля к истине: по ту сторону знания, власти и сексуальности: работы разных лет: перевод с французского. Москва: Издательский дом «Касталь», 1996. 448 с.
44. Хутиыз И.П. Мультиmodalность академического дискурса как условие его коммуникативной успешности // Вестник Адыгейского государственного университета. Серия 2: Филология и искусствоведение. 2016. Вып. 1(172). С. 90–95.
45. Чижик-Полейко А.И. // Стилистика русского языка / под ред. Н.И. Ховрич. Воронеж: ВГУ, 1962. С. 33–59.
46. Шарков Ф.И., Киреева О.Ф. Риски и неопределенности сетевых маркетинговых коммуникаций в глобальном интегрирующемся медиапространстве // Коммуникология: электронный научный журнал. 2021. Вып. 6(1). С. 38–60.
47. Юрина Е.А. Комплексное исследование образной лексики русского языка // Вестник ТГУ. 2004. Вып. 38 (215). С. 139–153.
48. Якубинский Л.П. О диалогической речи. М.:Наука, 1986. 207 с.
49. Barton D., Lee C. Language Online: Investigating Digital Texts and Practices. London and New York: Routledge, 2013. 244 p.
50. Blais M., Dupuis-Déri F. Masculinism and the Antifeminist Countermovement // Social Movement Studies: Journal of Social, Cultural and Political Protest, 2012. P. 21–39.
51. Gilmore D.D. Manhood in the making: Cultural concepts of masculinity // Yale University Press, 1990. 272 p.
52. Halliday M.A.K. Language as Social Semiotic: The Social Interpretation of Language and Meaning. London: Edward Arnold, 1978. P. 1238–1242
53. Harris Z. Discourse analysis // Language. 1952. Vol. 1(28). P. 1–30.
54. Iedema R. Analysing Film and Television: a Social Semiotic Account of Hospital: an Unhealthy Business. Handbook of Visual Analysis. London: Sage, 2001, P. 183–204.

55. Kaufman M. Men, Feminism and Men's Contradictory Experiences of Power. Halifax: FernwoodBooks, 1999. P. 59–83.
56. Kress G., van Leeuwen T. // *Multimodal Discourse: The modes and media of contemporary communication*. London: Edward Arnold, 2001. 152 p.
57. Kress G. What Is Mode? // *A Handbook of Multimodal Analysis* / ed. by C. Jewitt. L. N. Y.: Routledge, 2009. P. 54–67.
58. Martinec R. Types of Processes in Action // *Semiotica*. 2000. Vol. 130(4). P. 243–268.
59. Murthy D. Twitter. Social Communication in the Twitter Age // Cambridge. Polity Press. 2013. 193 p.
60. Onions C.T. *The Oxford Dictionary of English Etymology* // Oxford University Press, 1966. 999 p.
61. Renkema J. *Introduction to Discourse Studies* // John Benjamins Publishing Company, 2018. 453 p.
62. Bolaños Cuéllar S. Sexismo lingüístico: aproximación a un problema complejo de la lingüística contemporánea // *Forma y Función*, 2013. Vol. 26(1). P. 89–110.
63. Bonet-Martí J. Los antifeminismos como contramovimiento: una revisión bibliográfica de las principales perspectivas teóricas y de los debates actuales // *Revista de Cultura Digital y Movimientos Sociales*, 2021. Vol. 18(1). P. 61–71.
64. Hardy E., Jiménez A.L. Masculinidad y género // Universidad Estadual de Campinas, São Paulo, Brasil, 2001. P. 77–88.
65. Rodríguez D. Masculinismo: orígenes, características, diferencias con feminismo. Lifeder, 2019. P. 33–38.
66. Vilar E. *El varón domado* / Buenos Aires: Grijalbo, 1971. 175 p.
67. Angenot M. *Théorie du discours social. Notions de topographie des discours et de coupure cognitives* // *Discours en context*. 2006. Vol. 1. P. 12–25.

Министерство науки и высшего образования РФ  
Федеральное государственное автономное  
образовательное учреждение высшего образования  
«СИБИРСКИЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

Институт филологии и языковой коммуникации  
Кафедра теории германских и романских языков и прикладной лингвистики

УТВЕРЖДАЮ  
Заведующий кафедрой  
 О.В. Магировская  
« 26 » июня 2024

БАКАЛАВРСКАЯ РАБОТА

45.03.02 Лингвистика

**ОБРАЗ ЖЕНЩИНЫ В ИСПАНОЯЗЫЧНОМ ДИСКУРСЕ  
МАСКУЛИЗМА  
(НА МАТЕРИАЛЕ СОЦИАЛЬНЫХ МЕДИА)**

Научный руководитель



канд. филол. наук,  
доц. каф. ТГРЯиПЛ  
Ю.А. Горностаева

Выпускник



М.С. Калайджан

Нормоконтролер



Д.М. Тербалян

Красноярск 2024