

Научная статья

УДК 811.161.1

doi: 10.47475/1994-2796-2022-10313

КОНЦЕПТ «ЖЕНЩИНА» В ИНТЕРНЕТ-МЕМАХ

Лариса Валерьевна Бурмистрова

Астраханский государственный университет, Астрахань, Россия, larisa.burmistrova1@yandex.ru

Аннотация. Рассматривается концепт «женщина» в соответствии с современными реалиями, а именно: его черты, отраженные либо сформированные в интернет-пространстве. В результате исследования выявлены отрицательные и положительные качества женщины, комически отраженные адресантами в интернет-мемах разных типов и структуры и отличающиеся от традиционного, стихийно сложившегося социального стереотипа женщины.

Ключевые слова: интернет-мем, концепт «женщина», образ женщины, комический эффект

Для цитирования: Бурмистрова Л. В. Концепт «женщина» в интернет-мемах // Вестник Челябинского государственного университета. 2022. № 3 (461). Филологические науки. Вып. 128. С. 90—97. doi: 10.47475/1994-2796-2022-10313.

Original article

THE CONCEPT “WOMAN” IN INTERNET MEMES

Larisa V. Burmistrova

Astrakhan State University, Astrakhan, Russia, larisa.burmistrova1@yandex.ru

Abstract. In connection with the increased social position of women in society, the concept WOMAN is today of considerable research interest. The purpose of this article is to analyze the stereotype conceptual features of a modern woman, to identify the role of the Internet as a specific culture and environment in the formation of the concept in question. We investigate the image of a modern woman in Internet memes, mass and highly popular phenomena in the Internet space, characterized by wide distribution and wide replication among Internet users. As a result of the study, negative and positive qualities of a woman are revealed, comically reflected in Internet memes. The differences between the concept WOMAN, formed in the virtual environment, and the real stereotype of woman inherent in the society are also revealed.

Keywords: Internet meme, concept WOMAN, image of a woman, comical effect

For citation: Burmistrova LV. The concept “woman” in internet memes. *Bulletin of Chelyabinsk State University*. 2022;(3(461):90-97. (In Russ.). doi: 10.47475/1994-2796-2022-10313.

Изучение концепта проводилось в рамках психолингвистики (А. А. Залевская, А. А. Леонтьев), когнитивной лингвистики (Н. Д. Арутюнова, А. Вежбицкая, Е. С. Кубрякова, М. Н. Коннова, Р. Джэкендофф, М. Джонсон, Дж. Лакофф, Р. Лангакер, Ч. Филлмор), лингвокультурологии (В. В. Виноградов, В. И. Карасик, С. Г. Воркачев).

Концептом считается основная единица сознания, имеющая овеществление (репрезентацию, объективацию, овнешнение, вербализацию) языковыми средствами [10. С. 4]. Будучи мыслительной категорией, концепт включает в себя значения

и смыслы, содержащиеся в сознании носителей одного языка. Являясь также элементом культуры, он представляет сведения о психических впечатлениях, эмоциях и ценностях человека [15. С. 124—125].

Концепт «женщина» представляет значительный исследовательский интерес в связи с возросшим социальным положением женщины в обществе, формирующем образ преуспевающей в карьере женщины, получившей высокое признание. Образ женщины-матери при этом отходит на второй план [14. С. 126].

Целью данной статьи является анализ образа современной женщины в сети Интернет, выявляе-

ние роли Интернета как специфической культуры и среды в формировании концепта «женщина» и выяснение того, отличается ли концепт, сформированный в виртуальной среде, от социального стереотипа, стихийно сложившегося, традиционного и рассматривающего социальную роль женщины как роль матери, жены, хозяйки дома. Семиотически образ женщины представлен такими знаками феминности, как «любовь, бескорыстие, внутренняя и внешняя красота, изысканность, тонкость, изящество, гармоничность, вдохновение, материнство, доброта, сострадание, умение “чувствовать сердцем”, эрудированность, творчество, интуиция, стремление к обустройству комфортного хабитата, практичность, организованность, эффективность в делах, семейственность» [1. С. 14].

Для достижения данной цели были поставлены следующие задачи: проанализировать концепт «женщина» в интернет-мемах, определить основные личностные качества женщины, которые выражены с помощью комической интенции адресанта в интернет-мемах.

Актуальность данной работы заключается в слабостью изученности репрезентации концепта «женщина» в интернет-мемах.

Материалом нашего исследования послужили данные, полученные в социальных сетях «ВКонтакте», Twitter и др.

Объектом исследования стали различные типы интернет-мемов, их структуры, раскрывающие образ современной женщины, ее положительные и отрицательные качества, взаимодействие с окружающими ее людьми.

Научная новизна работы состоит в том, что впервые рассмотрение данного концепта осуществлено на материале интернет-мемов, популярных социальных сетей. Ранее были исследованы образы женщины в пословицах [6], антипословицах [12], комических трансформациях паремиологических единиц [3], фразеологических единиц [2], афоризмах [17], современной рекламе [11; 16], журналах [7], образ женщины-политика [8], в том числе в социальных сетях [18], в медийном дискурсе [5; 13], образ женщины в культуре [4].

Базу исследования составили 200 единиц, выбранных из числа самых популярных интернет-мемов, имеющих количество лайков более 400. Под словом «лайк», произошедшем от английского глагола like (нравиться), подразумевается одобрение сообщения, которое можно выразить с помощью специальной кнопки, расположенной под каждым постом или комментарием. Большое

количество лайков является показателем популярности, успеха мема [18].

Нами выявлено, что в форумах просматривается образ уверенной, терпимой, практичной, хозяйственной, настойчивой женщины, имеющей чувство юмора. Не зафиксированы традиционно приписываемые женщине негативные черты, такие как низкий уровень интеллекта, сварливость, болтливость, обидчивость, зависть, жадность, ревность.

Рассмотрим положительные качества женщины, формирующие образ современной женщины в интернет-мемах:

1) *Уверенность*. Данное качество женщины проявляется в том числе в уверенности в крепости брака.

В текстовом меме «*Когда я говорю своему мужу, что навеки будем вместе, — он начинает плакать. Такой ранимый*» вера женщины в крепкий брак неожиданно переходит к комичной развязке, показывающей с помощью обманутого ожидания, что проявление эмоций мужчины связано не с осознанием своего счастья жизни рядом с женщиной в браке, а с пониманием безысходности ситуации, в которой он оказался. Эффект обманутого ожидания создает комический эффект.

Абсурдность мысли женщины в понимании причины нерушимости брака вызывает улыбку в следующем текстовом меме: *От хороших жен мужья уходят, думая, что другая будет лучше. А от меня не уходит — боится, что другая еще хуже окажется!* Комизм ситуации усиливается благодаря специфическому ритму и снижению стиля.

Вера женщины в нерушимость брака может отличаться от мнения мужа. Таким примером служит текстовый мем, показывающий пессимистически настроенного мужа, который считает себя невольником в браке с женщиной: *Каждая жена обязана кормить мужа, потому что, согласно женевской конвенции, каждый пленный имеет право на горячую еду* (https://vk.com/photo-64033486_457342608). В данном меме комический эффект создается за счет совмещения противопоставления буквального и косвенного значения «пленный». В буквальном значении «пленный» рассматривается как человек, находящийся в плену, с помощью косвенного значения показывается муж, который воспринимает брак как жизнь в неволе и требует соблюдения женевской конвенции.

2) *Терпение*. Данное качество выражается в преодолении трудностей, связанных

с материнством, и комически переосмысливается в демотиваторе:

Когда Лена тащит на 5-й этаж в одной руке коляску 16 кг, в другой сына 6,5 кг, а в зубах пакет с продуктами, мысль о том, что она счастливая женщина, придает ей силы... — фразы на фоне девушки, с трудом толкающей вверх коляску по специальному пандусу (https://vk.com/photo-64033486_457346025).

Нелегкая жизнь женщины, ставшей мамой, раскрывается и в следующем текстовом меме: *Сначала я была девочкой, стала девушкой, потом — женщиной, затем — мамой, а теперь я стала Попугаем! Целый день только и повторяю: нельзя, не бери, отойди, положи, закрой...* (https://vk.com/photo-64033486_457344086). Комизм в данном меме усиливается за счет дискредитирующего уточнения.

Рождение ребенка и появившиеся вместе с ним «преимущества» показаны в интернет-меме, построенном на гибридной модели, основанной на соединении вербального и визуального компонентов интернет-мема [9. С. 21—22]. Вербальный компонент состоит из фраз *Me doing my taxes: I have a child*. Визуальный компонент представляет собой фотожабу: герой кинофильма «Титаник» держит на руках ребенка, лицо которого представлено мордой собаки (https://twitter.com/womenshumor/status/1490445356903149570?t=tefX_2P1qlp8VoVrAuyfeg&s=19). Комический эффект построен в данном меме на взаимодействии вербального и визуального компонентов. Смысл этого мема в том, что женщина хочет избежать уплаты налогов с помощью ребенка, как и герой фильма, пытающийся спасти свою жизнь, забравшись в спасательную лодку вместе с ребенком.

3) *Практичность*. Практичность женщины является в ее предприимчивости.

Комически переосмысливается предприимчивость женщины, ее способность выкручиваться из любой ситуации, представленная в виде завершающего текстовый мем риторического вопроса: *Галя вышла замуж за электрика. Потом за сантехника. Потом за маляра. А как иначе недорого сделать в доме ремонт?* (https://vk.com/photo-64033486_457348808). Предприимчивость женщины проявляется и в отношении к своей семье.

В креолизованном меме: *«Таня заняла деньги у любовника и купила гараж. Оформила на брата и сдает в аренду мужу. Крутится женщина как может!» — фразы на фоне задумавшейся женщины, подсчитывающей гору денег* (https://vk.com/photo-64033486_457347304), — эффект обманутого ожидания в вербальной части

мема создает парадокс, показывающий способность женщины приумножать финансовые возможности с помощью тщательно продуманного плана за счет членов своей семьи. Парадокс данной ситуации усиливает комизм.

В следующем примере предприимчивость женщины касается выстраивания отношений с мужчинами таким образом, что невозможно остаться одной. В креолизованном меме *«Чтобы не грустить из-за мужика, их должно быть несколько. Кто-то да poraduet!»* (https://vk.com/photo-64033486_457348827) эффект обманутого ожидания усилен последней фразой в вербальной части мема. Невербальная часть мема, изображающая главную героиню романа Скарлетт «Унесенные ветром», отличающуюся легкостью поведения с мужчинами, сидящую и отдыхающую в окружении поклонников, позволяет визуализировать образ, связанный с ситуацией, созданной при прочтении последней фразы мема.

4) *Хозяйственность*. Постоянная работа женщины дома представлена в креолизованном меме:

А в воскресенье женщины отдыхают по системе «все включено»! Включена стиралка, плита, духовка, пылесос и утюг — фразы на фоне домашней кошки, одетой в домашнюю одежду и готовящей еду у плиты (https://vk.com/photo-64033486_457350887). Игра слов в текстовой части изображения, основанная на полисемии, создает комический эффект путем использования разных значений выражения «все включено». Фраза «все включено» обозначает стоимость проживания в гостинице, в которую включены завтрак, обед и ужин. Значение этого выражения приобретает другое значение только при прочтении второй фразы текстовой части, из которой становится понятно, что «все включено» рассматривается как включение всех электрических приборов, необходимых женщине для наведения порядка дома («Включена стиралка, плита, духовка, пылесос и утюг!»).

Женщине самой приходится выполнять домашнюю работу и не рассчитывать на помощь мужчины. В креолизованном меме абсурдность фраз в текстовой части мема создает комический эффект, так как под тяжелой мужской работой понимается времяпровождение на диване: *«Решила по дому мужскую работу сделать сама, легла на диван, смотрю телевизор, тяжело, не спорю, но надо» — фразы на фоне женщины без сил, лежащей на диване с пультом от телевизора в руке, в окружении разбросанных вещей и еды* (https://vk.com/photo-64033486_457345944).

В то же самое время женщина всегда мечтает об отдыхе и готова использовать любую появившуюся возможность для отдыха: *aww the plans cancelled? I really wanted to go maybe next time... — фразы на фоне улыбающейся женщины, лежащей на диване, укрытой пледом* (<https://twitter.com/womenshumor/status/1470166686024314883?t=sL2f70KiwPJpLaZvdNBjtw&s=19>). Комизм возникает благодаря совмещению прошедшего *really wanted* (очень хотела) и будущего времени *maybe next time* (может быть, в следующий раз) в текстовой части мема.

5) *Настойчивость*. Настойчивость проявляется в желании быть стройной.

Стремление женщины к потере веса представлено в текстовом меме: *Did you know 14 muscles are activated when opening a bottle of wine? Fitness is my passion*. Эффект обманутого ожидания создает комический эффект при прочтении второй фразы, в которой занятие спортом приравнивается к открытию бутылки. Риторический вопрос в текстовом меме *«Сколько ночей нужно пролежать на краю, чтобы серенький волчок обгрыз мои бока до размера XS?!?»* и отсылка к детской колыбельной усиливает комизм и вызывает улыбку (https://vk.com/photo-64033486_457349920).

6) *Чувство юмора*. Чувство юмора выражено в преувеличении негативного отношения женщины к своей физической форме и представлено в следующем текстовом меме:

If a woman asks if she looks fat, it's not enough to say "no". You must also act very surprised by the question. Jump backward if necessary. Преувеличение в данном меме достигается абсурдностью совета.

Та же самая проблема видна в гибридном интернет-меме, состоящем из текстового мема *When you are trying to get dressed to go out but none of your clothes fit anymore* и интернет-карикатуры. Визуальный элемент карикатуры представляет собой жабу (мужского пола), одетую в домашнюю одежду, стоящую перед открытым шкафом, в котором висят пиджаки и рубашки. Вербальный элемент карикатуры представлен монологическим высказыванием в форме речевого облака: *Welp, plans are cancelled, I'm fat*. Использование сленгизма *Welp (oh well)* подчеркивает эмоциональное состояние героя карикатуры, которая олицетворяет излишние трагические мысли женщины по отношению к своему весу (<https://twitter.com/womenshumor/status/1436027023961563140?t=6KEpKxMokuEUDTf8nO788A&s=19>).

В ходе изучения интернет-мемов выявлены отрицательные качества, формирующие образ современной женщины:

1) *Трусость*. Трусость проявляется в пассивности и боязни вступить в брак.

В креолизованном меме вербальная часть представляет собой фразы: *«Замуж? О, нет!!! Бывала там... Обслуживание не соответствует преискуранту!»*, сопровождающиеся изображением героини из фильма «Москва слезам не верит», лежащей в кровати в бигуди и с маской из клубники на лице. Развязка создается с помощью эффекта обманутого ожидания, который в данном меме производит комический эффект. Использование знаков препинания, а именно восклицательных знаков, в фразах усиливает эмоциональную составляющую женщины.

В следующем креолизованном меме: *«Слишком поздно женщина понимает, что в ЗАГСе она получает не свидетельство о браке, а вторую трудовую книжку!»* — эффект обманутого ожидания возникает при прочтении непредсказуемой развязки, показывающей торжественный день, который может омрачиться пониманием предстоящего тяжелого труда в браке (https://vk.com/photo-64033486_457345945). Эффект обманутого ожидания усилен невербальным компонентом, состоящим из изображения героини — Мама из рисованного мультфильма «Трое из Простоквашино», стоящей на кухне и держащей полотенце и половник в руках.

В следующем примере риторический вопрос и игра слов (гражданский брак — гражданская война) в вербальной части мема усиливают комизм: *«Трижды была в гражданском браке... Подскажите, какие льготы положены ветерану гражданской войны?»* — фразы на фоне героини, потрепанной жизнью, из фильма «Москва слезам не верит», сидящей на диване в домашней одежде и курящей сигарету (https://vk.com/photo-64033486_457339798).

Неспособность женщины возразить мужчине и провести свое свободное время по своему усмотрению высмеивается в демотиваторе: *«Наконец-то муж начал доверять и отпустил с подружками на море»* — фразы на фоне трех пожилых женщин, держащих доски для серфинга и идущих по берегу моря (https://vk.com/photo-64033486_457347189).

В эдвайсе фраза *«Когда твой мужчина не отпускает тебя на посиделки с подругами»* и фразы *«У Добби нет хозяина. Добби — свободный эльф»*, сопровождающиеся изображением домашнего эльфа Добби, персонажа из саги о Гарри Поттере, исполняющего все приказы своих хозяев, преувеличивают

излишнюю строгость мужчины и ущемление женщины в отношении ее свободного времени. Неспособность женщины возразить мужчине прямо, отождествление ее с безвольным вымышленным персонажем вызывают улыбку.

2) *Авторитарность*. Данное качество отображается в текстовом меме с помощью дискредитирующего уточнения, показывающего способность женщины влиять на настроение всех членов семьи, когда она пребывает в плохом настроении.

Авторитетность мужа уже не является первостепенной: *Неверно говорить: «У женщины выдалось плохое утро»... Правильнее: «Утро не задалось у всей семьи»* (https://vk.com/photo-64033486_457340194).

В следующем текстовом меме так же карнавально переворачивается мнимая авторитетность мужа: *Каким бы авторитетным ни был папа, но когда мама не в духе, вся семья по стеночке ходит* (https://vk.com/photo-64033486_457345222).

Однако женщина может быть и надежной опорой в семье, что подвергается высмеиванию в демотиваторе: *A good wife can bring balance to your life — фраза на фоне едущей пожилой пары на тракторе, у которого отсутствует левое колесо* (<https://twitter.com/memeadikt/status/1406136427738501121?s=20&t=FxNP6NV8JksfQhGZHIZ5qg>).

Авторитарность женщины может привести к возникновению фобий у мужчины. В текстовом меме эффект обманутого ожидания, неожиданная развязка создает комический эффект, показывающий боязнь мужа начать разговор с женой: *Сказала мужу, что когда он выйдет из душа, мы поговорим о том, что я нашла у него в телефоне! Четвертый день моется...* (https://vk.com/wall-64033486_1388264).

Снижение стиля создает комическое преувеличение страха мужа за свою жизнь в браке и в следующем примере: *Месяц назад жена бросила есть мучное, три недели назад бросила пить кофе, две недели назад бросила курить... Похоже, я следующий*.

3) *Бесцеремонность*. Бесцеремонность отражена в негативном отношении женщины к мужу.

В текстовом меме «Жена в последнее время часто использует модное слово “гаджеты”. Только произносит его как-то странно, по слогам...» (https://vk.com/photo-64033486_457349124) — данное отношение завуалировано посредством каламбура и приводит к созданию комизма. Слово «гаджеты», произнесенное по слогам, превращается в фразу «гад же ты» и приобретает совсем другое значение.

Неожиданное отождествление мужа с несчастьем и бедой («карой небесной») проявляется в развязке в текстовом меме, в котором вербальной составляющей является диалог между дочерью и матерью. Эффект обманутого ожидания создает комический эффект в данном меме:

— *Мамааа! Твой телефон звонит!*

— *Посмотри, кто это.*

— *Пишет «Кара небесная»...*

— *Дай сюда! Это папа...*

Бесцеремонность женщины проявляется и в организации скандала. Намеренное рассогласование между возвышенной темой и ее неожиданно приземленной конкретизацией представлено в текстовом меме: *«Решили с женой выпить вина за нашу любовь! Разнимала нас уже полиция...»*, — начальная фраза ориентирует на романтические чувства, но последняя фраза заземляет эту тему, и становится понятно, что проявление чувств уступило место крупному скандалу. Данная ситуация не может не вызвать улыбку.

В следующем примере: *Ссора с женой — как концерт. Сначала новинки, а под конец самые популярные хиты* — метафора и снижение стиля создают комическое впечатление. Неудовлетворенные женщины мужчиной всегда начинается с маленьких претензий, а потом перерастает в ссору. Ссора в данном примере приравнивается к показу концерта, в котором сначала певцы исполняют новые песни, а потом свои хиты. Снижение стиля способствует усилению комического эффекта.

4) *Скрытность*. Креолизованный текст в посте с фотоподборкой:

When she says “fine go ahead and do whatever you want” — сопровождается фотографией дорожных знаков, запрещающих проезд в любом направлении (<https://twitter.com/memeadikt/status/1444081706911379456?s=20&t=FxNP6NV8JksfQhGZHIZ5qg>). Иконическая часть противоречит смыслу высказывания женщины и подразумевает, что мужчине надо рассматривать смысл ее фразы совершенно иначе. Эффект обманутого ожидания создает противопоставление вербальной и невербальной частей мема и приводит к созданию комического эффекта.

Данное качество женщины можно увидеть и в следующем креолизованном меме: *Женщину понять легко: она как открытая книга. Книга по квантовой физике на китайском языке. Но ведь открытая же! — фразы на фоне изображения мальчика, смотрящего, как девочка слизывает мороженое с верхней губы, и сидящей рядом девочки с мороженым в руке*.

5) *Мнительность*. Женщина никогда не забывает о событиях, которые произошли в отношениях с мужчиной в прошлом и анализ которых приносит ей удовольствие.

В креолизованном меме высмеивается привычка женщины постоянно возвращаться к прошлому: *Fun fact: a majority of archeologists are women due to their natural ability to dig up the past — фразы на фоне изображения улыбающейся девушки, производящей раскопки* (<https://twitter.com/memeadikt/status/1423787987020746753?s=20&t=FxNP6NV8JksfQhGZHIZ5qg>).

Мнительность женщины проявляется и в ее отношении к своему здоровью. В креолизованном меме вербальная часть представлена в форме диалога на фоне лежащей на кровати нездоровой девушки, укутанной в плед, на тумбочке которой стоит стакан воды:

— *Что тебе на 30 лет подарить?*

— *Кальций Д3, магне В6, рыбий жир, солгаровские таблетки для кожи и ногтей, кардиомагнил и мазь с ядом гадюки.*

Данная ситуация абсурдна, так как возраст после тридцати считается рассветом сил и проблем со здоровьем нет, поэтому принимать лекарства нет необходимости (https://vk.com/wall-64033486_1393081).

В следующем примере высмеивается чрезмерное волнение женщины о своем состоянии здоровья в преклонном возрасте, при котором естественная реакция организма может привести к неожиданным последствиям: *«Чем старше я становлюсь, тем аккуратней чихаю, чтобы ничего не отвалилось и не посыпалось» — фразы на фоне перекошенной морды ламы* (https://vk.com/photo-64033486_457351398).

6) *Меркантильность*. Несбыточные желания женщины отражены в креолизованном меме:

Представила, что выиграла миллион. Мысленно распределила — куда потрачу. Не хватило (https://vk.com/photo-64033486_457349192). Абсурдность вербальной части вызывает улыбку. Иконическая часть представляет собой грустную мартышку, олицетворяющую женщину, которой даже огромная сумма денег не может помочь реализовать ее желания.

Желания женщины также зависят от финансовых средств, которые часто у нее отсутствуют. В текстовом меме *«Решила путешествовать так долго, пока не закончатся все деньги. Вышла из дома, дошла до остановки... И пошла обратно»* (https://vk.com/photo-64033486_457346957) — эффект обманутого ожидания усилен неожиданной развязкой, показывающей, что материальное положение не может поспеть за любым капризом женщины.

7) *Расточительность*. Неспособность расходовать финансы рационально показана в креолизованном меме:

All I spend money on is food and clothes but I'm still hungry and can't find anything to wear — фразы на фоне плачущей женщины (<https://twitter.com/womenshumor/status/1397192033064914952?s=20&t=3PGdJxrVN4iHpbTizEY3Fw>). Комизм возникает благодаря парадоксальности вербальной части, показывающей, что, несмотря на потраченные деньги на еду и одежду, женщина остается голодной и раздетой.

8) *Леность*. Леность женщины проявляется в излишней медлительности при выходе из дома, что и высмеивается в демотиваторе:

Legend says the husband was waiting in the car for his wife to get ready — фразы на фоне старого автомобиля, стоящего около дома, укрытого распросеицей зеленью (<https://twitter.com/memeadikt/status/1406136427738501121?s=20&t=FxNP6NV8JksfQhGZHIZ5qg>).

Таким образом, концепт «женщина» в интернет-мемах раскрывает такие качества, как уверенность, терпение, практичность, хозяйственность, настойчивость, трусость, авторитарность, бесцеремонность, скрытность, мнительность, меркантильность, расточительность и леность. Результаты проведенного обзора применимы для изучения гендерных типов личности, характеристик прагматических признаков интернет-мемов. Данные исследования могут быть использованы и в дальнейших лингвистических изысканиях. В настоящее время Интернет пестрит противоречивой информацией о роли женщины в обществе, в семье, поэтому материал, взятый для анализа, может быть реализован на занятиях со студентами для ознакомления с образом современной женщины или для разработки методического пособия.

Список источников

1. Барашян В. К. Языковая репрезентация гендерных концептов: когнитивно-дискурсивный, семиотический и лингвокультурный аспекты: автореф. дис. ... канд. филол. наук. Майкоп, 2019. 24 с.
2. Белая Е. Н. Образ женщины в английских, французских и русских фразеологических единицах // Наука о человеке: гуманитарные исследования. 2018. № 3 (33). С. 62—70.

3. Бурмистрова Л. В. Концепт «женщина» в комических трансформациях паремииологических единиц // Ценности в лингвокультурном аспекте: языковое сознание, коммуникация, текст: материалы междунар. науч. конф. Тяньцзинь, 2017. С. 159—163.
4. Волкова Е. А., Пуляева А. Д. Образ женщины в культуре // Евразийский союз ученых. 2015. № 11-1 (20). С. 86—87.
5. Ворошилова О. Н. Образ женщины в современном мире (по материалам современных российских женских журналов) // Исторические, философские, политические и юридические науки, культурология и искусствоведение. Вопросы теории и практики. 2016. № 5 (67). С. 54—57.
6. Гринченко Л. В. Образ женщины в русских и английских пословицах // Гуманитарные и социальные исследования. 2017. № 4. С. 107—114.
7. Гуцуляк Д. А. Образ современной женщины на страницах женских журналов // Медиаисследования. 2020. № 7. С. 315—318.
8. Дуброва О. А. Образ женщины в политике: автореф. дис. ... канд. полит. наук. Ростов н/Д, 2002. 21 с.
9. Канашина С. В. Интернет-мем как новый вид полимодального дискурса в интернет-коммуникации (на материале английского языка): автореф. дис. ... канд. филол. наук. М., 2016. 27 с.
10. Карасик В. И., Стернин И. А. Антология концептов. Т. 1. Волгоград: Парадигма, 2005. 352 с.
11. Кейзик А. С. Управление образом «идеальной женщины» в косметическом дискурсе рекламы // *Paradigmata poznani*. 2015. № 4. С. 169—171.
12. Кирсанова М. А. Роль антипословиц с гендерным компонентом в формировании юмористического образа женщины (на материале русского и английского языков) // Вестник Новосибирского государственного университета. Сер.: Лингвистика и межкультурная коммуникация. 2020. № 3, т. 18. С. 87—102.
13. Никифорова Э. Ш. Образ женщины-политика в медийном дискурсе // Электронный научно-просветительский журнал. 2019. № 1. С. 45—48.
14. Охотницкая Е. М. Эволюция образа женщины в условиях социокультурной динамики // Вестник Полоцкого государственного университета. Сер. Е: Педагогические науки. 2021. № 15. С. 122—127.
15. Павлова Г. Ш., Варламова Е. К., Бегина А. О. Значение концепта в современной лингвистике // Гуманитарные исследования. 2020. № 4 (76). С. 120—126.
16. Потапчук Е. Ю., Авдюшина К. С. Образ женщины в современной рекламе: основные тенденции 2016—2019 гг. // Общество: социология, психология, педагогика. 2020. № 4 (72). С. 59—64.
17. Тамерьян Т. Ю., Чехоева Т. С. Когнитивная метафора как способ формирования образа русской женщины в авторских афоризмах // Филология и культура. 2018. № 3 (53). С. 98—107.
18. Товкес М. Ю. Стереотипное представление о женщине-политике в языковом сознании пользователей «Твиттера» // Вестник Новосибирского государственного университета. Сер.: Лингвистика и межкультурная коммуникация. 2021. № 2, т. 19. С. 118—132.

Лексикографический источник

19. Кронгауз М. А. Словарь языка интернета.ru. М.: АСТ-Пресс книга, 2016. 288 с.

References

1. Barashjan VK. Jazykovaja reprezentacija gendernyh konceptov: kognitivno-diskursivnyj, semioticheskiy i lingvokul'turnyj aspekty = Language representation of gender concepts: cognitive-discursive, semiotic and linguocultural aspects. Abstract of thesis. Maykop; 2019. 24 p. (In Russ.).
2. Belaja EN. The image of a woman in English, French and Russian phraseological units. *Nauka o cheloveke: gumanitarnye issledovanija = Human Science: Humanitarian Studies*. 2018;(3(33):62-70. (In Russ.).
3. Burmistrova LV. Kontsept “zhenshchina” v komicheskikh transformaciiakh paremiologicheskikh edinitc = The concept of “woman” in comic transformations of paremiological units. In: Cennosti v lingvokul'turnom aspekte: jazykovoje soznanie, kommunikacija, tekst = Values in linguocultural aspect: linguistic consciousness, communication, text. Tientsin; 2017. Pp. 159—163. (In Russ.).
4. Volkova EA, Puljaeva AD. The image of a woman in culture. *Evrazijskij sojuz uchenyh = Eurasian Union of Scientists*. 2015;(11-1(20):86-87. (In Russ.).
5. Voroshilova ON. The image of a woman in the modern world (based on the materials of modern Russian women’s magazines). *Istoricheskie, filosofskie, politicheskie i juridicheskie nauki, kul'turologija i iskusstvovede-*

denie. *Voprosy teorii i praktiki = Historical, philosophical, political and legal sciences, cultural studies and art criticism. Questions of theory and practice.* 2016;(5(67)):54-57. (In Russ.).

6. Grinchenko LV. The image of a woman in Russian and English proverbs. *Gumanitarnye i social'nye issledovanija = Humanities and Social Studies.* 2017;(4):107-114. (In Russ.).

7. Guculjak DA. The image of a modern woman on the pages of women's magazines. *Mediaissledovanija = Media studies.* 2017;(7):315-318. (In Russ.).

8. Dubrova OA. *Obraz zhenshhiny v politike = The image of a woman in politics. Abstract of thesis.* Rostov-on-Don; 2002. 21 p. (In Russ.).

9. Kanashina SV. Internet-mem kak novyj vid polimodal'nogo diskursa v internet-kommunikacii (na materiale anglijskogo jazyka) = Internet-meme as a new type of polymodal discourse in Internet communication (on the basis of the material of English language). Abstract of thesis. Moscow; 2016. 27 p. (In Russ.).

10. Karasik VI, Sternin IA. *Antologija konceptov = Anthology of concepts.* Volgograd: Paradigma; 2005. 352 p. (In Russ.).

11. Kejzik AS. Managing the image of the "ideal woman" in the cosmetic discourse of advertising. *Paradigmata poznani.* 2015;(4)169-171. (In Russ.).

12. Kirsanova MA. The role of anti-women with a gender component in the formation of a humorous image of a woman (based on the material of Russian and English). *Vestnik Novosibirskogo gosudarstvennogo universiteta. Serija: Lingvistika i mezhkul'turnaja komunikacija = Bulletin of Novosibirsk State University. Series: Linguistics and Intercultural Communication.* 2020;(3(18)):87-102. (In Russ.).

13. Nikiforova ESh. The image of a female politician in media discourse. *Elektronnyj nauchno-prosvetitel'skij zhurnal = Electronic scientific and educational journal.* 2019;(1):45-48. (In Russ.).

14. Ohotnickaja EM. The evolution of the image of a woman in the context of socio-cultural dynamics. *Vestnik Polockogo gosudarstvennogo universiteta. Serija E. Pedagogicheskie nauki = Bulletin of Polotsk State University. Ser. E: Pedagogical sciences.* 2021;(15):122-127. (In Russ.).

15. Pavlova GSh, Varlamova EK, Beginina AO. The meaning of the concept in modern linguistics. *Gumanitarnye issledovanija = Humanitarian studies.* 2020;(4(76)):120-126. (In Russ.).

16. Potapchuk EJu, Avdjushina KS. The image of a woman in modern advertising: the main trends of 2016—2019. *Obshhestvo: sociologija, psihologija, pedagogika = Society: sociology, psychology, pedagogy.* 2020;(4(72)):59-64. (In Russ.).

17. Tamer'jan TJu., Chehova TS. Cognitive metaphor as a way of forming the image of a Russian woman in author's aphorisms. *Filologija i kul'tura = Philology and Culture.* 2018;(3(53)):98-107. (In Russ.).

18. Tovkes MJu. *Vestnik Novosibirskogo gosudarstvennogo universiteta. Serija: Lingvistika i mezhkul'turnaja komunikacija = Bulletin of Novosibirsk State University. Series: Linguistics and Intercultural Communication.* 2021;(2(19)):118-132. (In Russ.).

Dictionary

19. Krongauz M. A. *Slovar' jazyka interneta.ru = Internet Language Dictionary.ru.* Moscow: AST-PRESS KNIGA; 2016. 288 p. (In Russ.).

Информация об авторе

Л. В. Бурмистрова — кандидат филологических наук, доцент кафедры английского языка для экономических специальностей.

Information about the author

Larisa V. Burmistrova — Candidate of Philological Sciences, Associate Professor of the Department of English for Economic Specialties.

Статья поступила в редакцию 03.01.2022; одобрена после рецензирования 19.02.2022; принята к публикации 25.02.2022.

The article was submitted 03.01.2022; approved after reviewing 19.02.2022; accepted for publication 25.02.2022.

Автор заявляет об отсутствии конфликта интересов.

The author declares no conflicts of interests.