



МИНИСТЕРСТВО ПРОСВЕЩЕНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ  
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение  
высшего образования  
«ЮЖНО-УРАЛЬСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ГУМАНИТАРНО-  
ПЕДАГОГИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ» (ФГБОУ ВО «ЮУрГГПУ»)

ФАКУЛЬТЕТ ИНОСТРАННЫХ ЯЗЫКОВ  
КАФЕДРА АНГЛИЙСКОГО ЯЗЫКА

Формирование образа женщины в креолизованном интернет-тексте  
(на материале английского и русского языков)

Выпускная квалификационная работа по направлению

44.03.05 Педагогическое образование (с двумя профилями подготовки)

Направленность программы бакалавриата

«Английский язык. Иностранный язык»

Форма обучения очная

Проверка на объем заимствований:

67,9 % авторского текста  
Работа рецензия защите  
рекомендована/не рекомендована

«14» июня 2025г.

зав. кафедрой английского языка  
Афанасьева Ольга Юрьевна

Выполнила:

студент(ка) группы ОФ-503-088-5-1

Эйрих Юлия Андреевна

Научный руководитель:

старший преподаватель  
Москвитина Татьяна Николаевна

Челябинск  
2025

## СОДЕРЖАНИЕ

ВВЕДЕНИЕ .....	3
ГЛАВА 1. ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ ИССЛЕДОВАНИЯ ОСОБЕННОСТЕЙ КРЕОЛИЗОВАННОГО ИНТЕРНЕТ-ТЕКСТА .....	8
1.1 Определение понятия креолизованного интернет-текста .....	8
1.2 Классификация креолизованных текстов .....	9
1.3 Особенности формирования и использования креолизованного интернет-текста .....	13
1.4 Определение понятия стереотипа .....	16
1.5 Гендерные стереотипы в межкультурной коммуникации .....	17
Выводы по первой главе .....	20
ГЛАВА 2. ЛИНГВИСТИЧЕСКИЕ ОСОБЕННОСТИ КРЕОЛИЗОВАННЫХ ТЕКСТОВ, ПОСВЯЩЕННЫХ ФОРМИРОВАНИЮ ОБРАЗА ЖЕНЩИНЫ В СОВРЕМЕННОМ МИРЕ. ....	22
2.1 Трансформация роли женщины в мире .....	22
2.2 Креолизованный текст как инструмент отображения проблем женщин в обществе .....	39
Выводы по второй главе .....	52
ГЛАВА 3. МЕТОДИЧЕСКИЙ АСПЕКТ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ КРЕОЛИЗОВАННЫХ ТЕКСТОВ В ОБУЧЕНИИ ИНОСТРАННОМУ ЯЗЫКУ .....	55
3.1 Способы интеграции креолизованных интернет-текстов на уроках инострannого языка .....	55
Выводы по третьей главе .....	62
ЗАКЛЮЧЕНИЕ .....	63
СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ .....	68
ПРИЛОЖЕНИЕ 1 .....	75
ПРИЛОЖЕНИЕ 2 .....	76
ПРИЛОЖЕНИЕ 3 .....	77
ПРИЛОЖЕНИЕ 4 .....	78
ПРИЛОЖЕНИЕ 5 .....	79

## ВВЕДЕНИЕ

Современное общество предъявляет высокие требования к объему и доступности информации, предлагая при этом широкий спектр визуальных средств для ее представления в различных сферах, в том числе и в образовании.

В современном мире креолизованные тексты стали доминирующим способом передачи информации в массовой коммуникации, пронизывая СМИ, интернет-пространство, образовательный процесс и искусство. Неудивительно, что они уже более четверти века привлекают пристальное внимание исследователей. В рамках исследований активно изучается сочетаемость компонентов креолизованного текста, анализируются его составляющие и рассматриваются особенности функционирования в различных жанрах.

Креолизованные тексты, представляющие собой гармоничное сочетание вербальных и визуальных компонентов, являются характерной чертой современных средств массовой коммуникации и обладают значительным потенциалом для повышения эффективности коммуникативного воздействия. Использование изображений в вербальных текстах позволяет не только сделать сообщение более ярким и привлекательным, но и улучшить восприятие информации за счет двойного кодирования – вербального и визуального. Интерес исследователей к креолизованным текстам возник сравнительно недавно.

Актуальность исследования обусловлена возрастающим влиянием интернет-коммуникации на формирование общественного мнения и гендерных стереотипов. Креолизованные тексты, сочетающие вербальные и визуальные компоненты, активно используются в онлайн-пространстве для конструирования и трансляции образов женщин. Изучение этих образов в сопоставительном аспекте (на материале английского и русского языков)

позволяет выявить как универсальные, так и специфические особенности их формирования в различных лингвокультурных контекстах.

Объектом исследования является образ женщины в современном обществе в креолизованном интернет-тексте.

Предметом исследования являются вербальные и невербальные лингвистические средства, используемые для создания образа женщины в креолизованном интернет-тексте.

Гипотеза исследования заключается в предположении о том, что креолизованный текст, объединяющий в себе вербальные и невербальные элементы в единое целое, оказывает многогранное прагматическое воздействие на читателя.

Цель исследования заключается в том, чтобы проанализировать структуру и содержание креолизованных текстов, участвующих в представлении роли женщин в современном мире.

В соответствии с целью, объектом и предметом исследования определены следующие задачи:

- изучить теоретический материал, посвященный особенностям использования креолизованных текстов в СМИ, уточнить понятийный аппарат исследования;

- выявить и классифицировать основной круг проблем, в контексте которых используется креолизованный текст при создании публикаций, связанных с образом женщины, в англоязычном и русскоязычном интернет-пространстве;

- рассмотреть понятие «женщина» в различных английских и русских лексикографических источниках и провести сопоставительный анализ данного явления в английском и русском языке;

- провести анализ вербальной и невербальной составляющих, выявляя типы стилистических языковых средств, используемых в создании креолизованных текстов на английском и русском языках;

– выявить дидактический потенциал использования креолизованных текстов, посвященных проблемам женщин в современном обществе, способы их интеграции в урок иностранного языка.

Для успешной реализации поставленных задач необходимо использование различных методов исследования:

- метод сплошной выборки;
- метод сопоставительного анализа;
- метод анализа словарных дефиниций;
- метод компонентного анализа.

Теоретико-методологическую основу исследования составляют работы следующих авторов в области изучения креолизованных текстов: Е. Е. Анисимовой, Ю. А. Сорокина, Е. Ф. Тарасова, О. В. Поймановой, М. Н. Левченко, А. В. Изгаршевой, Ю. В. Шуриной, Е. А. Нежура. Кроме того, важными для нашего исследования являются работы данных авторов в области методики: Н. Д. Гальскова, Н. И. Гез, С. Ф. Шатилов, Р. Р. К. Хартман.

Теоретическая значимость работы заключается в том, что данное исследование вносит вклад в развитие теории креолизованного текста, расширяя ее применение к сфере гендерных исследований и межкультурной коммуникации. Результаты работы могут способствовать углублению понимания взаимодействия вербальных и невербальных компонентов в процессе конструирования гендерной идентичности в цифровом дискурсе.

Практическая значимость исследования заключается в том, что результаты исследования могут быть использованы в образовательном процессе для повышения эффективности обучения и внедрения инновационных методов работы с интернет-мемами, которые являются богатым источником лингво- и социокультурной информации.

Достоверность и обоснованность результатов исследования обеспечивается:

- применением адекватных методов исследования;
- опорой на достижения науки и смежных наук;
- результатами исследовательской и аналитической работы.

Материалом исследования послужили креолизованные тексты группы социальной сети ВКонтакте “FEM MEMES” и вебсайта [pinterest.com](http://pinterest.com) в количестве 116 единиц (29 постеров, 87 интернет-мемов), а также данные лингвистических и толковых словарей: The Oxford Dictionary of English Etymology, The new Webster encyclopedic dictionary of the English language, Oxford English Dictionary и т.д.

Структура выпускной квалификационной работы определяется логикой исследования и поставленными задачами. Выпускная квалификационная работа состоит из введения, трех глав, выводов по главам, заключения, списка использованных источников и приложений и занимает 79 страниц печатного текста. Во введении определяется тема исследования, обосновывается ее актуальность, теоретическая и практическая значимость исследования, формулируются основная цель и задачи, указываются методы исследования.

В первой главе «Теоретические основы исследования особенностей креолизованного интернет-текста», посвященной теоретическому исследованию вопроса, рассматриваются существующие подходы к изучению креолизованного текста, его функции, классификации по типам креолизации, составляющие элементы, лингвистические и экстралингвистические особенности. Во второй главе «Лингвистические особенности креолизованных текстов, посвященный формированию образа женщины в современном мире» представлен ход работы и результаты нашего исследования по анализу креолизованного текста в контексте проблем женщин в мире, анализ вербальной и невербальной частей креолизованных текстов, применяемые стилистические средства, виды корреляций между элементами. В третьей главе «Методический аспект

использования креолизованных текстов в обучении иностранному языку» представлена методическая разработка, направленная на развитие лексического навыка обучающихся. В заключении сформулированы итоги теоретической и практической частей исследования. Список использованных источников включает 48 наименований. В приложении представлены материалы, которые использовались при составлении упражнений с помощью креолизованных текстов на уроках иностранного языка.

Положения к защите:

1. Креолизованные тексты служат важным инструментом для выявления и трансляции актуальных проблем, с которыми сталкиваются женщины в современном мире, привлекая внимание общественности к этим проблемам и способствуя их переосмыслению.

2. Образ женщины претерпел значительные изменения, производя переход от трансляции традиционных, стереотипных представлений о женщине к более современным смыслам.

3. Вербальная составляющая англоязычных и русскоязычных креолизованных текстов имеет ряд синтаксических и стилистических особенностей.

4. Вербальный компонент англоязычных и русскоязычных креолизованных интернет-текстов имеет некоторые отличия в использовании языковых средств.

5. Аутентичность и наглядность креолизованных текстов делает их эффективным инструментом обучения иностранному языку, способствующим формированию лексических навыков в рамках языковой компетенции.

# ГЛАВА 1. ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ ИССЛЕДОВАНИЯ ОСОБЕННОСТЕЙ КРЕОЛИЗОВАННОГО ИНТЕРНЕТ-ТЕКСТА

## 1.1 Определение понятия креолизованного интернет-текста

В современной межкультурной коммуникации уделяется большое внимание и возрастает интерес к невербальным средствам письменной коммуникации, а в особенности к креолизованным текстам.

Сам же термин «креолизованный текст» был предложен в 1990 году. Согласно определению отечественным лингвистам Ю. А. Сорокину и Е. Ф. Тарасову креолизованные тексты — это тексты, фактура которых состоит из двух негомогенных частей (вербальной языковой (речевой) и невербальной (принадлежащей к другим знаковым системам, нежели естественный язык)» [27].

Креолизованный текст предстаёт сложным паралингвистическим образованием, в котором вербальные и невербальные компоненты образуют структурное, смысловое и функциональное единство, направленное на комплексное воздействие на адресата [33].

Содержание креолизованного текста отображено языковыми знаками в письменной форме (графемами) и неязыковыми (иконическими) знаками в виде изображений предметов.

Советский и российский лингвист Е. Ф. Тарасов утверждает, что креолизованный текст, как и любой текст является совокупностью речевых действий, при помощи которых сотрудничающие друг с другом коммуниканты управляют поведением своего партнера для организации общения, которое они разворачивают с целью организации совместной деятельности [13].

Помимо устоявшегося определения Ю. А. Сорокина и Е. Ф. Тарасова имеют место и другие трактовки данного термина. Так, например, Е. Е. Анисимова считает, что креолизованный текст — это особый



лингвовизуальный феномен, текст, в котором вербальный и невербальный компоненты образуют одно визуальное, структурное, смысловое и функционирующее целое, обеспечивающее его комплексное прагматическое воздействие на адресата [4].

Согласно определению И. А. Окуновой и В. В. Латун креолизованный текст – это комбинированный текст, сочетающий вербальные и невербальные компоненты, а также аудиальные компоненты текста. Креолизованные тексты могут иметь самую различную направленность в зависимости от педагогической задачи, которую они решают. Структурным компонентом креолизованных текстов часто выступает филактер, в который заключается текст речи персонажа комикса или изображение, отражающее ход его мыслей [20].

Таким образом мы выявили, что существуют разнообразие определений термина «креолизованный текст», но ученые сходятся во мнении, что данный тип текста является комбинацией вербальных и невербальных компонентов, направленных на комплексное воздействие на адресата.

## 1.2 Классификация креолизованных текстов

Существует несколько классификаций креолизованного текста представленными различными учеными и исследователями.

Классификация, разработанная Е. Е. Анисимовой основывается на характере связей между текстом и изображением. В данной классификации, которая считается базовой, Е. Е. Анисимова выделяет три категории, которые отличаются степенью креолизации текста и положением элементов креолизации в тексте:

1. Текст с нулевой креолизацией. В данном типе текста отсутствуют элементы креолизации, а присутствуют компоненты одной семиотической системы: изображение, текст.

2. Частично креолизованный текст. В таком случае, изображение сопровождает текст, но текст является полностью самостоятельным и способным интерпретироваться без изображения без потери смысла.

3. Полностью креолизованный текст. В таком тексте вербальная и невербальная составляющие образуют единое взаимозаменяемое целое. Также, подобные тексты становятся нечитаемыми в случае отсутствия изображения [18].

Согласно классификации О. В. Поймановой компоненты креолизованного текста типологизированы на основе их значимости при формообразовании самой структуры и ее восприятия [24]. Данная типология классифицирует тексты по соотношению между количеством информации, представленной различными символами и знаками, а также по роли невербального компонента.

1. Репетиционные – изображение дублирует вербальный материал.

2. Аддитивные – изображение значительно дополняет вербальную информацию.

3. Выделительные – изображение подчеркивает определенный аспект вербального компонента, который представлен в гораздо большем объеме нежели чем невербальная составляющая.

4. Оппозитивные – несоответствие двух частей, их содержания. визуальная информация вступает в противоречие с вербальной что способствует возникновению комического эффекта.

5. Интегративные – оба компонента взаимодополняют друг друга, нередко визуальная информация встроена в текст, что способствует совместной передачи данных.

6. Изобразительно-центрические – изображение занимает главную роль, при этом текст только уточняет и детализирует его [10].

Данная классификация является наиболее подробной, поскольку она позволяет описать взаимодействие между различными элементами текста и определить их роли.

Л. Барден [6] классифицирует корреляции между вербальными и невербальными компонентами креолизованных текстов, основываясь на характере передаваемой информации, а именно, денотативной и коннотативной. В соответствии с этим критерием, выделяются четыре типа корреляционных отношений:

1. Изображение «Д» + Слово «Д». Оба эти компонента представляют денотативную информацию, но изображение доминирует над текстом. Такой тип свойственен сообщению информационного характера.

2. Изображение «Д» + Слово «К». Слово выражает коннотативную информацию, изображение – денотативную. Здесь изображение доминирует над словом. Данный тип соответствует иллюстративному сообщению.

3. Изображение «К» + Слово «Д». Слово выражает денотативную информацию, а изображение-коннотативную. У слова в этом случае ведущая роль. Данный тип соответствует комментирующему сообщению в большинстве случаев.

4. Изображение «К» + Слово «К». Оба компонента-коннотативная информация. Они равноправны по отношению друг к другу. Данный тип характерен для символического сообщения.

Основываясь на работах таких исследователей как Ю. В. Щурина [32], Е. А. Нежура [19], О. В. Пойманова [24] М. Н. Левченко и А. В. Изгаршева выделили некоторые модели новых видов креолизованного текста в системе «Интернет».

1. Демотиватор. Данный вид креолизованного текста имеет четкую композицию и представляет собой ненулевой гетерогенный, статичный письменный текст, содержащий в своей структуре изображение (рисунок, фотографию, текст) на черном (реже синем) фоне и комментарий к нему.

2. Эдвайс. Ненулевой гетерогенный, статичный письменный текст, разбиваемый изображением на две части, при последовательном прочтении которых возникает эффект неоправданного ожидания, что в конечном итоге определяет смеховую реакцию.

3. Карикатура. Данный вид текста является преувеличенным, искажённым изображением человека (предмета), в котором реальное и фактическое не совпадают. Вербальный элемент карикатуры, как правило, представлен монологическим высказыванием одного из героев, обращённым к другому участнику карикатуры, в форме филактера (речевого облака).

4. Интернет-комикс (стрип). Ненулевой гетерогенный, статичный письменный текст, содержащий несколько изображений, объединённых общей ситуацией и повествующих одну историю, представленный чаще всего в форме диалога.

5. Саркастические открытки («аткрытки») – нулевые гетерогенные тексты, компоненты которых статичны и «пародируют» сантименты старинных открыток.

6. Пост (пост с фото-подборкой) – креолизованный текст развлекательного или познавательного характера, сопровождающийся отдельными фотографиями или изображениями.

7. Интернет-цитаты – креолизованный текст, включающий в себя цитату известного человека на фоне его изображения (возможен любой другой визуальный компонент), на нейтральном фоне либо на фоне тематически подходящего изображения к данному высказыванию [15].

Таким образом, в настоящее время существует несколько классификаций креолизованного текста: классификация Е. Е. Анисимовой, О. В. Поймановой, М. Н. Левченко и А. В. Изгаршевой, которые раскрывают компоненты креолизованного текста и помогают понять их особенности.

### 1.3 Особенности формирования и использования креолизованного интернет-текста

В современном мире интернет-коммуникация стала неотъемлемой частью жизни людей. В интернет-пространстве количество контактов и круг общения стремительно расширяются изо дня в день. Несмотря на то, что креолизованный интернет-текст является новым явлением, Интернет-пространство является идеальной средой для их существования и развития, что приводит к их глобальному распространению и повсеместному использованию.

В массовой интернет-коммуникации все чаще используются не линейно построенные тексты, а составные, семиотически осложненные тексты. Происходит это потому, что невербальные средства обладают высокой информационной емкостью и прагматическим потенциалом — следовательно, реципиенту требуется меньше времени на схватывание идеи сообщения, а само сообщение значительно сокращается без потери смысла [23].

Доминирующим подходом к анализу креолизованных дикодовых текстов является выделение двух основных структурных компонентов: вербального и невербального.

Вербальный компонент представляет собой языковую составляющую текста, организованную в виде системы знаков естественного языка. Вербальный компонент обеспечивает передачу основной информационной нагрузки и может включать в себя различные стилистические приемы, влияющие на восприятие текста реципиентом.

В то же время невербальный компонент включает в себя совокупность неязыковых знаковых систем, выполняющих функцию дополнения и усиления вербального компонента. Невербальный компонент подразделяется на иконические и графические элементы.

Иконическими элементами являются изобразительные элементы (фотографии, рисунки, иллюстрации, графики, диаграммы, схемы и т.д.), которые визуально представляют объекты, процессы или явления.

Графические элементы представлены элементами оформления текста (шрифты, цвета, линии, рамки, расположение элементов на странице и т.д.), которые организуют визуальное пространство текста и влияют на его восприятие [9].

Взаимодействие вербального и невербального компонентов создает взаимоусиливающий эффект, позволяющий креолизованному тексту выполнять широкий спектр функций.

По мнению Павловой Е.Б., доминирующей является функция привлечения внимания. Реализуются воздействующая, дискредитирующая, рекреационная функции. Средством реализации выделенных функций на вербальном уровне является стандартная и профессиональная лексика, сленгизмы, эрративы; стилистические приемы иронии, эффекта обманутого ожидания и доведения ситуации до абсурда [21].

Зарубежные ученые выделяют и другие функции креолизованного интернет-текста:

1. Информативная функция заключается в представлении информации в доступной форме. Использование визуальных элементов (изображения, инфографика, видео) помогает упростить сложную информацию и сделать ее доступной для широкой аудитории [43].

2. Коммуникативная функция креолизованных интернет-текстов проявляется в том, что они способствуют коммуникации между пользователями в социальных сетях и online-сообществах [38].

3. Воздействующая функция. Визуальные элементы, музыка, анимация и другие медиасредства вызывают эмоции у читателя и усиливают воздействие текста, делая его более убедительным и запоминающимся. Также креолизованные интернет-тексты часто используются в рекламе и

пропаганде для убеждения аудитории и формирования определенных установок [42]

4. Познавательная функция. Интернет-среда насыщена визуальной информацией, что требует от пользователей умения анализировать, интерпретировать и критически оценивать изображения и другие визуальные элементы.

5. Коммерческая функция. Креолизованные интернет-тексты широко используются в интернет-маркетинге для продвижения товаров и услуг, привлечения клиентов и увеличения продаж, используя визуальные элементы для создания привлекательного образа продукта [40].

Креолизованные интернет-тексты (Интернет-мемы) можно считать специфическим источником комизма, природа которого обусловлена действием иных, отличных от используемых в традиционных сферах общения механизмов [34]. Интернет-мемы отражают культурные стереотипы и явления современной действительности, которые актуальны и интересны для интернет-пользователей [19].

В процессе расширения интернет-коммуникации феномен социальных сетей породил явление интернет-мема. Он стал пониматься носителями культуры как некоторая информация в виде изображения или фразы, вирусно распространяемая в интернет-среде разнообразными способами от пользователя к пользователю [5].

Основными критериями эффективности использования интернет-мемов можно считать:

- вирусный характер распространения;
- контент креолизованных интернет-текстов носит визуальный характер, который идеально подходит для распространения в социальных сетях и медиа в целом;
- интернет-мемы привлекают внимание людей: трафик, лайки и комментарии;

– простота генерации [17].

Необходимо отметить, что мемы являются разновидностью прецедентных феноменов. Интернет-мемы, как особая разновидность явления прецедента, в сжатом виде способны передать информацию о тексте-источнике либо о целом культурном / историческом событии. Следовательно, они обладают особым типом коннотаций, наличие которых обеспечивает возможность «идентификации прецедентного феномена адресатом» [33].

Таким образом, можно отметить, что креолизованные интернет-тексты играют огромную роль в современной интернет-коммуникации, так как обладают высокой информативной емкостью, вирусным характером распространения и определенными особенностями, которые вызывают глобальный интерес пользователей.

#### 1.4 Определение понятия стереотипа

Социальный стереотип — это упрощенное, эмоциональное и очень стойкое представление о группе людей, которое автоматически приписывается всем её членам. Он часто оценивается как цельный, предвзятый и неточный образ. Стереотипы трудно изменить, и они мешают людям понимать друг друга. С одной стороны, они помогают нам ориентироваться в обществе, а с другой - искажают реальность.

Расширение значения этого термина способствовало тому, что его стали употреблять по отношению к любым обобщающим суждениям о какой-либо социальной группе [41]. Согласно мнению Л. И. Гришаевой, стереотипы — это обобщения социального опыта представителей определённой лингвокультуры, когнитивные образцы для категоризации мира, упрощённые схемы, помогающие ориентироваться в мире и социуме [12].



Общественные стереотипы формируются и трансформируются в процессе общения, в том числе под влиянием средств массовой информации. Как отмечает Ю. А. Левада [14], социальные стереотипы активизируются в ситуациях, когда сложное явление упрощается до привычного, знакомого образца, заимствованного из исторического опыта, чужих примеров или даже мифологических моделей.

Важнейшим признаком стереотипов, по мнению современных исследователей, является их проявление в коммуникации. Это подразумевает, что любое убеждение, существующее в сознании индивида, не может считаться стереотипом, пока оно не наблюдается в его реальном поведении и общении [8].

Стереотипы оказывают существенное влияние на наше восприятие, понимание и оценку мира, а также на прогнозирование событий и реакций на них. Часто стереотипы действуют неосознанно: мы воспринимаем их как объективную истину и редко задумываемся об их пересмотре [30].

В большинстве своем, стереотипы служат для упрощения внешней информации и ускорения процесса восприятия. Без способности к стереотипизации, обобщению и схематизации, человеку было бы крайне сложно быстро ориентироваться в постоянно растущем, усложняющемся и дифференцирующемся потоке информации.

### 1.5 Гендерные стереотипы в межкультурной коммуникации

Гендерные стереотипы – это сложившиеся в культуре и обществе представления о том, как должны себя вести и какими качествами обладать мужчины и женщины. Эти представления закреплены в языке, несут эмоциональную окраску, оценивают поведение разных групп населения, предписывая представителям каждого пола определенные ожидания.

Гендерные стереотипы относятся к общественным представлениям о женственности/феминности и мужественности/маскулинности. Однако,

единого подхода к определению гендерных стереотипов не существует. Некоторые исследователи акцентируют внимание на личностных качествах мужчин и женщин, определяя гендерные стереотипы как упрощенный набор представлений об их характеристиках [36].

Другие же определения, более сложные и развернутые, подчеркивают гендерные отношения, рассматривая гендерные стереотипы как социально сконструированные категории маскулинности и фемининности, подтверждаемые различиями в поведении, распределении социальных ролей и статусов, а также поддерживаемые потребностью соответствовать социальным нормам и ощущать личностную целостность. Существует и третья группа определений, основанная на самих понятиях маскулинности и фемининности [37].

Стереотипный образ мужчины включает в себя, во-первых, качества, связанные с активностью и деятельностью: предприимчивость, решительность, настойчивость, целеустремленность, соревновательность, нонконформизм, тягу к приключениям, смелость, самообладание, уверенность, оригинальность и деловые навыки. Женщине, напротив, приписывается пассивность, нерешительность, осторожность, ориентация на нормы и конформизм.

Во-вторых, характеристики, обычно ассоциирующиеся с властью и управлением (ум, властность, лидерство, доминирование, ответственность, объективность, амбициозность, сила, легкость принятия решений, реалистичность и т.д.), полностью относятся к «мужским». «Женскими» же считаются покорность, беспомощность, зависимость, безответственность, слабость, вера в превосходство мужчин и пристрастность.

Стоит отметить, что стереотип маскулинности, в отличие от фемининности, более разнообразен по содержанию и имеет однозначно положительную оценку.

В когнитивной сфере качества, приписываемые мужчинам и женщинам, также диаметрально противоположны и оцениваются по-разному. Мужчинам приписывают логичность, рациональность, аналитический склад ума, сообразительность, объективность и находчивость, а женщинам – меньшие способности к рассуждению, иррациональность, некритичность, нелогичность и даже глупость. Единственным социально одобряемым когнитивным качеством женщины считается интуиция, которую противопоставляют ограниченности мужского разума, как в философских теориях, так и в обыденном сознании.

В эмоциональной сфере и маскулинность, и фемининность включают как положительные, так и отрицательные характеристики. «Мужские» качества – это умение отделять разум от эмоций, невозмутимость, хладнокровие. «Женские» – эмоциональность, восприимчивость, внушаемость, чувствительность, переменчивость настроения, тревожность, склонность к жалобам, слезам, ранимость, истеричность и капризность. Поскольку эмоциональность считается женской чертой, содержание этой части женского стереотипа более богато. При этом в этой сфере женственности приписывается больше социально одобряемых качеств.

Гендерной стереотипизации подвергаются и характеристики, связанные с межличностным взаимодействием. Здесь позитивная оценка чаще склоняется в пользу женственности. Женщинам приписывают жертвенность, мягкосердечие, заботливость, дружелюбие, тактичность, вежливость, чувствительность к чужим эмоциям, склонность к проявлению чувств, мягкость, нежность, застенчивость, скромность и любовь к детям.

Среди негативных черт можно увидеть те, которые приписывались женщинам еще в Средневековье: непостоянство, ненадежность, хитрость, болтливость, ворчливость, стремление к замужеству, трусость, боязливость и суетливость. В мужском стереотипе прямота сочетается с бестактностью и грубостью; самообладание, надежность и взвешенность – с черствостью;

жизнерадостность – с развязностью; а самоуверенность – с бесчувственностью, суровостью, отсутствием сантиментов, резкостью, эгоизмом, агрессивностью и жестокостью [26].

Гендерные стереотипы распространяются через большинство социальных институтов, таких как СМИ, религия, семья, образование, государство, а также политические и социальные организации. Особенно влиятельны СМИ, в первую очередь телевидение, которые транслируют нормативные представления о гендерных ролях, определяя, что значит быть “настоящим” мужчиной или женщиной, и как им следует вести себя в различных ситуациях. Этот аспект гендерных стереотипов является наиболее изученным как в России, так и за рубежом.

Современное общество характеризуется постепенным разрушением гендерных стереотипов, трансформацией традиционных представлений о мужественности и женственности, что приводит к изменениям в ролевом поведении мужчин и женщин [16].

#### Выводы по первой главе

Исходя из проанализированной информации, можно сделать вывод, что креолизованный интернет-текст представляет собой сложную комбинацию вербальных и невербальных элементов.

Несмотря на некоторые различия в трактовках, ученые сходятся в том, что креолизованные тексты: объединяют языковые и неязыковые знаки, создавая единое целое, являются структурным, смысловым и функциональным единством, где вербальная и невербальная части взаимно дополняют и усиливают друг друга, а также используются для достижения различных коммуникативных целей.

Существуют различные классификации креолизованного текста, разработанные рядом исследователей. Исходя из данных типологий мы выбрали классификацию О. В. Поймановой [24], в которой она

типологизирует тексты по соотношению вербальной и невербальной информации. На данную типологию мы будем опираться в дальнейшем анализе.

В современном интернет-пространстве креолизованные тексты, сочетающие вербальные и невербальные элементы, стали широко распространены и влиятельны. Их исследование показало, что невербальные знаки обладают высокой информативной емкостью и прагматическим потенциалом. Зарубежные и отечественные ученые идентифицировали такие функции креолизованных интернет-текстов, как привлечение внимания, информирование, коммуникация и воздействие. Взаимодействие вербального и невербального компонентов создает взаимоусиливающий эффект, позволяя креолизованным интернет-текстам эффективно выполнять эти функции.

Креолизованные тексты освещают ряд проблем, в том числе и гендерные стереотипы. Гендерные стереотипы представляют собой устойчивые, культурно обусловленные представления о качествах и моделях поведения, предписываемых мужчинам и женщинам. Эти стереотипы, закрепленные в языке и общественном сознании, формируют ожидания и оценки, ограничивая возможности самореализации и создавая неравенство между полами. Они влияют на восприятие не только личностных качеств человека, но и когнитивных способностей, эмоциональных проявлений и межличностных взаимодействий, определяя, что считается истинно «мужским» и «женским», зачастую гендерные стереотипы действуют с явно выраженной положительной оценкой в пользу маскулинности.

Таким образом, важно отметить, что креолизованные тексты отражают актуальные тенденции современной межкультурной коммуникации, где возрастает интерес к визуальным и мультимодальным формам выражения.

## **ГЛАВА 2. ЛИНГВИСТИЧЕСКИЕ ОСОБЕННОСТИ КРЕОЛИЗОВАННЫХ ТЕКСТОВ, ПОСВЯЩЕННЫХ ФОРМИРОВАНИЮ ОБРАЗА ЖЕНЩИНЫ В СОВРЕМЕННОМ МИРЕ.**

### **2.1 Трансформация роли женщины в мире**

Изучив теоретическое обоснование проблемы и определив ее актуальность, мы пришли к выводу, что на протяжении истории голос женщины, ее опыт и восприятие мира часто оставались незамеченными в общественной жизни. Исключение женщин из экономической сферы было ключевым фактором, определявшим их подчиненное положение в семье и в обществе в целом. Однако, как только женщина получила возможность зарабатывать, она стала экономически независимой от мужчины. Этот процесс начался с рабочего класса, но постепенно охватил все слои общества. Вовлечение женщин в общественный труд, хотя и является шагом к освобождению, имеет неоднозначные последствия, так как социальное раскрепощение сопровождается и негативными явлениями.

В данный момент современное российское общество переживает период глубоких структурных преобразований. Идет переосмысление социальных институтов, меняются общественные ценности и привычный уклад жизни.

Институт семьи, долгое время остававшийся стабильным как внутри себя, так и по сравнению с другими социальными структурами, сегодня претерпевает кардинальные изменения. Мы наблюдаем, как вековая модель брачно-семейных отношений трансформируется вместе с перестройкой всей социальной системы.

Несмотря на культурное разнообразие, традиции и религиозные убеждения, представления о роли женщины в семье, ранее казавшиеся незыблемыми, значительно изменились в сознании людей по всему миру. В

XXI веке женщина обретает все большую независимость: самостоятельно определяет жизненные приоритеты, получает высшее образование, строит карьеру, активно ищет партнера, выбирает формат отношений – официальный брак, гражданский союз или одиночество, реализует право на сексуальную свободу и планирование семьи.

Стремление женщины к самореализации вне дома и семьи, развитию способностей, получению образования, достижению высокого социального статуса оказывает существенное влияние на взаимоотношения между полами и брачно-семейную сферу. Изменение представлений о сексуальной и супружеской жизни, в частности, повышение нравственной свободы и терпимое отношение общества к незарегистрированным союзам, привели к тому, что брак утратил статус единственно одобряемой формы отношений, а рождение ребенка больше не является обязательным следствием брака.

Женщины по всему миру защищают свои права, этому послужило ряд причин:

- наличие предрассудков о роли женщины в мире;
- предвзятое отношение к женщинам;
- дискриминация по гендерному признаку в сферах образования, карьеры, общественной жизни;
- предрассудки о слабости женщин в обществе;
- обесценивание проблем женского населения.

В качестве материала для дальнейшего исследования была выбрана группа «FEM MEMES» в социальной сети ВКонтакте, главной целью которой является освещение проблем женщин, их достижений, вебсайт [pinterest.com](https://www.pinterest.com), а также различные русскоязычные и англоязычные лексикографические источники: The Oxford Dictionary of English Etymology [47], The new Webster encyclopedic dictionary of the English language [46], Oxford English Dictionary [45], Cambridge academic content dictionary [39], Русский этимологический словарь [25], Энциклопедический словарь [35],

Толковый словарь русского языка [29], Толковый словарь живого великорусского языка [28].

В данном исследовании мы сравнили компоненты традиционного образа женщины, образа женщины XX века, а также современной женщины, чтобы выделить определенные сходства и различия этих трех образов.

Чтобы выявить основные компоненты традиционного и устоявшегося образа женщины рассмотрим определения понятия «женщина» в различных английских и русских лексикографических источниках. Начнем с этимологических словарей. Английский этимологический словарь предлагает следующую трактовку понятия «женщина»:

Woman – wu-man pi. women wi-min adult female human being; female servant. OE. wifman(n) m., later fern., f. tri/woman-f man(n) man; a formation peculiar to Eng. not in the oldest OE. records, the primitive words being wif wife and cwene quean; assim. of -fm- to -mm- is evident in late OE. sp. (cf. leman) and rounding of trim- to wum-, worn- in xiii. wo-maniSH1. xiv (Ch., Gower) [47].

Woman(n.) – «adult female human,» Middle English womman, from late Old English wimman, wiman (plural wimmen), literally «woman-man,» an alteration of earlier wifman (plural wifmen) «woman; female servant» (8c.). This is a compound of wif, the older word for «woman» (see wife) + man in the sense of «human being» (see man (n.)) [44].

Слово «female» так же относится к женщине.

Female – fi\*meil of the sex which produces offspring (adj. and sb.). (досл. Производящий потомство) [47].

Русский этимологический словарь представляет следующее понятие «женщины»:

Женщина – взрослый человек женского пола, самка человека, девица, утратившая девственность (СРЯ; Д 1: 533) [25].



Далее рассмотрим энциклопедический словарь двух разных языков. В английском энциклопедическом словаре понятие «женщина» трактуется как:

Woman – n. pl. women, wim'en. [A.Sax. wifman, later wimman, from wif, wife, and man, in its primitive sense of human being, person, wife, man.] The female of the human race; an adult or grownup female, as distinguished from a girl; a female attendant on a person of rank. (Женщина из рода человеческого; взрослая или пожилая женщина, в отличие от девочки; женщина, прислуживающая знатному человеку.) [46].

В русском энциклопедическом словаре нет точного определения слова «женщина» в отличие от английского. Однако в Энциклопедическом словаре Брокгауза и Ефрона слово «женщина» используется в контексте того, что «При патриархальном быте все права Ж. и обязанности ее к обществу поглощаются узкими требованиями домашнего очага, повелителем и хранителем которого является мужчина; главная обязанность Ж. — деторождение» [35].

Далее обратимся к историческому Оксфордскому словарю английского языка. В нем понятие «женщина» представлено следующим образом:

Woman (woman), sb. Pl. women (wi mén):

1. An adult female human being. The counterpart of man (see man n.1 П.4.).

2. With specific reference to age: a female person who has reached adulthood, esp. in legal contexts; a female person who is considered mature. Frequently contrasted with girl.

3. The essential qualities of a woman; womanly characteristics; femininity; that part of a woman considered to be exclusively feminine. Also: a woman as the embodiment of femininity. Now usually with the.

4. With allusion to qualities generally attributed to the female sex, as mutability, capriciousness, proneness to tears; also to their position of inferiority or subjection (phr. to make a woman of, to bring into submission) [45].

Также обратимся к Толковому словарю русского языка:

ЖЕНЩИНА, -ы, ж.:

1. Лицо, противоположное мужчине по полу, та, к-рая рождает детей и кормит их грудью. Ж. равноправна с мужчиной. Ж.-мать. Ищите женщину! (говорится как намек на то, что какое-н. неясное, запутанное дело не обошлось без женского участия; шутил.).

2. Лицо женского пола, вступившее в брачные отношения. Она стала женщиной. II прил. женский, -ая, -ое. Ж. пол. Женские болезни. Международный ж. день (8 Марта) [29].

В Толковом словаре живого великорусского языка слово «женщина» определено таким образом:

Женщина – См. жена.

ЖЕНА – ж. вообще женщина, замужняя женщина; супруга, баба [28].

Обратимся к Кембриджскому словарю. В данном источнике «женщина»:

Woman – n [C] pl women an adult female human being.

Female – adj [not gradable] of the sex that can produce eggs and give birth to young [39].

На основании рассмотренных определений можно предположить, что в восприятии образа женщины в англоязычной и русскоязычной культурах присутствуют некоторые различия, которые отражают определенные социальные стереотипы. Для подтверждения этой гипотезы целесообразно составить сравнительную таблицу, наглядно демонстрирующую ассоциации, связанные со словом «женщина» в англо- и русскоязычной среде. Данные ассоциации и компоненты образа женщины в английской и русской лингвокультурах представлены в таблице 1.

Таблица 1 – Компоненты образа женщины

	Взрослый человек	Служанка	Деторождение	Потеря девственности	Домашний очаг	Партнер мужчины	Женственность	Капризность	Жена/замужняя
Английский язык	+	+	+	-	-	+	+	+	-
Русский язык	+	-	+	+	+	-	-	-	+

Чтобы выявить определенные сходства и различия компонентов образа женщины в английской и русской лингвокультурах, построим две схемы, отражающие два отдельных устоявшихся образа женщины в двух разных культурах. Данные схемы представлены на рисунках 1,2.



Рисунок 1 – Устоявшийся образ женщины в русской лингвокультуре

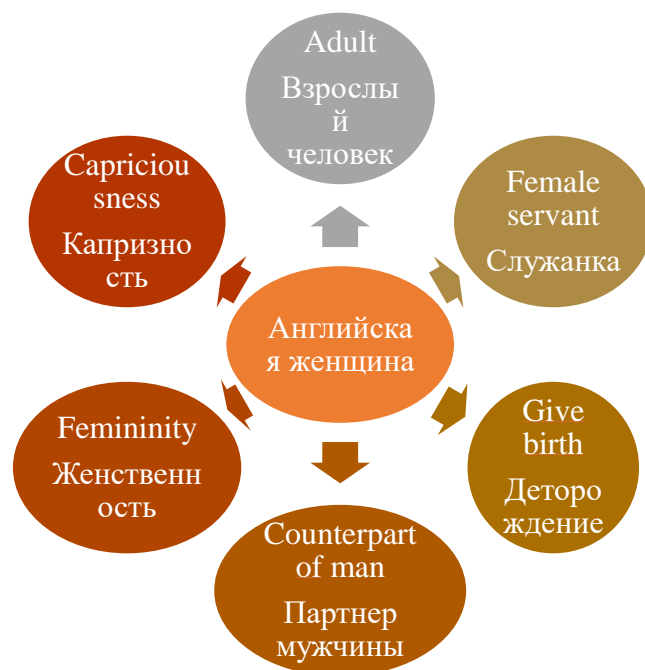


Рисунок 2 – Устоявшийся образ женщины в английской лингвокультуре

Сопоставим полученные нами данные и путем анализа составим обобщенную характеристику образа женщины в английской и русской лингвокультурах.

Таким образом, проанализировав энциклопедические, толковые и другие словари, мы можем сделать вывод о том, что:

Женщина — это взрослый человек женского пола, часто ассоциируемый с женственностью и способностью к деторождению. Традиционно, в обществе её роль связывалась с поддержанием домашнего очага и выполнением обязанностей жены/замужней, хотя современные представления отходят от этого стереотипа. Устаревшие определения могли включать такие понятия, как «потеря девственности» (как маркер взросления) и даже, в негативном контексте, «капризность», «аналог мужчины» или уничижительное «служанка», что сегодня считается недопустимым.

На примере определений из словарей мы можем увидеть, что некоторые черты устоявшегося образа женщины в данных лингвокультурах

совпадают. А именно: деторождение и возраст (взрослый человек). В остальных же аспектах образ женщины имеет некоторые отличия.

Перейдем к анализу найденных нами единиц креолизованного текста сети Интернет. Проанализировав публикации, нами было выявлено 116 примеров креолизованного текста, из них:

- 13 постеров США 50-х – 60-х годов;
- 16 агитационных советских плакатов;
- 47 русскоязычных интернет-мемов;
- 40 англоязычных интернет-мемов.

Исходя из наших статистических данных в большей части креолизованных текстов по интересующей нас теме невербальная составляющая выражена интернет-мемом. Следующими по частоте использования идут постеры, афиши.

Основываясь на этих данных, можно сказать, что интернет-мем является самым распространенным методом донесения информации о проблемах женщин в обществе.

Чтобы получить полную картину по изменению роли женщины в обществе за последние 70 лет нами был проведен анализ рекламных и пропагандистских плакатов и постеров в Соединенных Штатах Америки в 1950 – 1960-х. годах и в СССР того же времени.

В ходе исследования нами были проанализированы вербальная и невербальная составляющая креолизованного текста 13 американских постеров и 16 советских агитационных плакатов. Результат данного анализа показывает, что в 1950-х годах в США основной тематикой являются традиционные гендерные роли: мужчина – кормилец, женщина – домохозяйка. Данные плакаты идеализируют домашний уют, счастливую семью и роль женщины как матери. Огромное внимание уделяется превосходству мужчин в обществе и тому, насколько важно женщине привлечь его внимание. Таким образом можно сделать вывод, что

основными стереотипами о женщинах, которые превалировали в данный период были:

- скромность и покорность,
- зависимость и слабость,
- эмоциональность и истеричность,
- предназначение быть матерью и домохозяйкой.

Соотнесение проанализированных данных представлено на рисунке 3.



Рисунок 3 – Представление о женщинах в Америке 50-х годов

Стереотипы о советских женщинах, сложившиеся в период существования СССР, были тесно связаны с идеологическими установками и социальными задачами того времени. Они, с одной стороны, наделяли женщину особыми положительными качествами, а с другой - жестко ограничивали ее в определенных ролях. Проанализировав 16 единиц креолизованного текста в виде агитационного плаката, можно сказать, что женщина в то время должна была быть:

- идейная и образованная,
- здоровая и спортивная,
- равноправная труженица,
- нравственно чистая.

Основные темы, поднимающиеся в рекламных агитационных плакатах СССР представлены на рисунке 4.



Рисунок 4 – Тематика плакатов в Советском Союзе

Современный мир ставит перед женщиной множество вопросов: какова ее роль в семье и карьере, какое место она занимает в обществе? В XXI веке женщина обретает все большую автономию: сама выстраивает свою жизнь, получает образование, строит профессиональную карьеру, активно выбирает партнера и форму отношений – брак, сожительство или одиночество, реализует репродуктивные права и сексуальную свободу.

Все чаще женщина стремится к самореализации не только в семейной сфере, но и в профессиональной, стремясь раскрыть свой потенциал, расширить горизонты образования и саморазвития, добиться признания и высокого социального статуса. Однако, современная женщина продолжает сталкиваться с проблемами дискриминации в обществе, обесценивании и навязывании стереотипной модели поведения.

Чтобы определить компоненты образа современной женщины нами были проанализированы креолизованные тексты в количестве 87 единиц.

Анализ креолизованных текстов, проведенный с использованием классификации О. В. Поймановой [24] по соотнесению вербального и невербального, позволил получить следующие количественные данные:

- 21 текст является интегративным;
- 26 выделительных;
- 16 аддитивных;
- 4 репетиционных;
- 3 оппозитивных;
- 17 изобразительно-центрических текстов.

Таким образом можно сделать вывод, что креолизованные тексты, в которых изображение подчеркивает определенный аспект вербального компонента являются самыми часто используемыми (выделительные). Результаты представлены на рисунке 5.

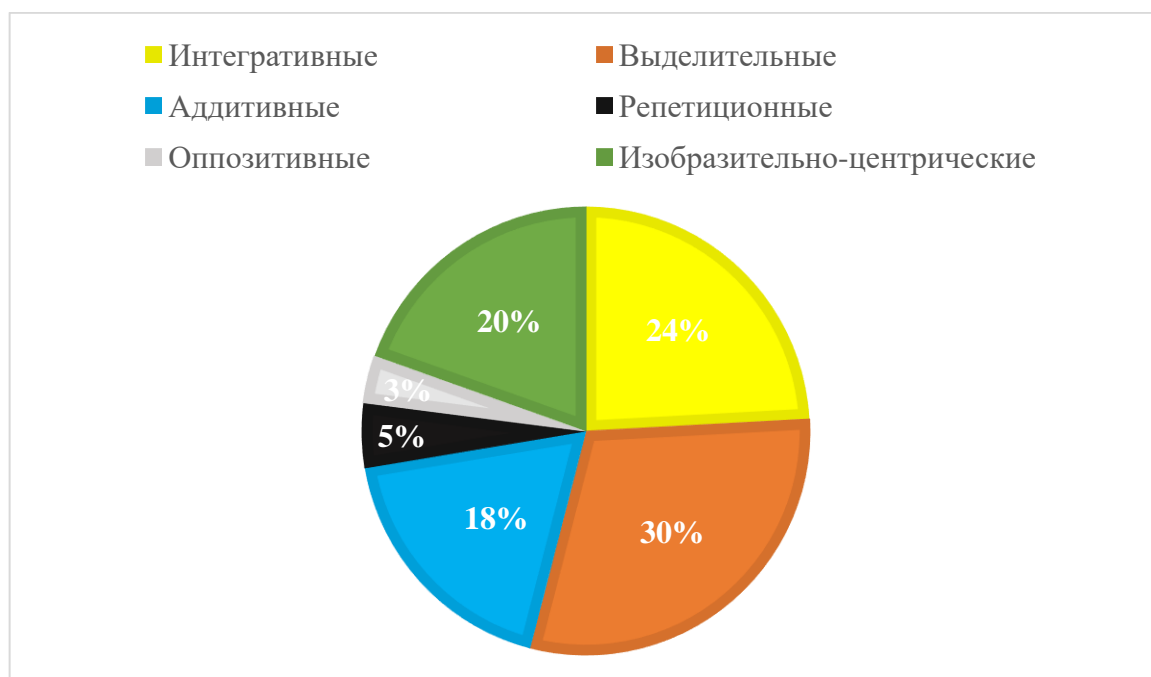


Рисунок 5 — Классификация креолизованных текстов по О. В. Поймановой

В процессе анализа вербальной части мы использовали лингвистический подход, включающий в себя широкий спектр языковых средств. В частности, мы рассматривали:



1. Использование лексики с оценочным значением, как с положительной (например, “strong women”, “to respect women”, “do whatever one wants”, “fabulous”), так и с отрицательной коннотацией (например, “мизогиния”, “сексизм”, “tell someone what to do”, “unrealistic body expectations”).

2. Использование стилистических средств, таких как ирония, сравнение, антитеза и т.д. (например, «Oh, so that explains differences in our salaries», «...to be pretty and disgustingly educated», «like a politician in debate»).

3. Синтаксические особенности построения предложений, такие как риторические вопросы, эллипсис и односоставные конструкции (например, «What's a queen without her king?», «still fabulous», «Solved»).

Креолизованные тексты насыщены различными выразительными средствами: лексическими, синтаксическими и стилистическими. При проведении исследования, в вербальной части креолизованного текста, нами были выделены следующие англоязычные средства выразительности:

1. Аллюзия – roses are red, violets are blue; me as a Disney princess.

2. Антитеза – ...to be pretty and disgustingly educated; Don't be the girl who needs a man. Be the girl a man needs.

3. Апозиопезис – well actually we just wan-; if you just liste-; you're a bit much-.

4. Гипербола – There's not a man alive who can tell me what to do; whatever the hell I want; the end of the world.

5. Ирония/сарказм – Do you think we need women partners? Maybe they can clean the glass ceiling; Oh, so that explains differences in our salaries;

6. Метафора – eat gender norms for breakfast.

7. Односоставное предложение – Solved; Demon; No boyfriend; No problem; Whatever; Me; Love; Success; Abundance; Gratitude; Male tears; Solution.

8. Повтор – a glowing woman ... glow and still be lit; never let a man make you insecure, never; gender stereotypes, gender stereotypes everywhere; only respecting women you're attracted to isn't respecting women.

9. Риторический вопрос – My place is in the kitchen; What makes you think I'm looking to attract you; What's a queen without her king; Do you think we need women partners; Why not all of them; My biggest flex; Problem.

10. Сравнение – fight like a girl; giving a girl a sword is like a giving an angel its wings; to sit like a lady; a woman without a man is like a fish without a bicycle; like a politician in debate;

11. Эллипсис – still fabulous; sit like a girl; me alone; well; hot, fit and smart.

Соотнесение всех проанализированных данных англоязычных креолизованных текстов представлено на рисунке 6.

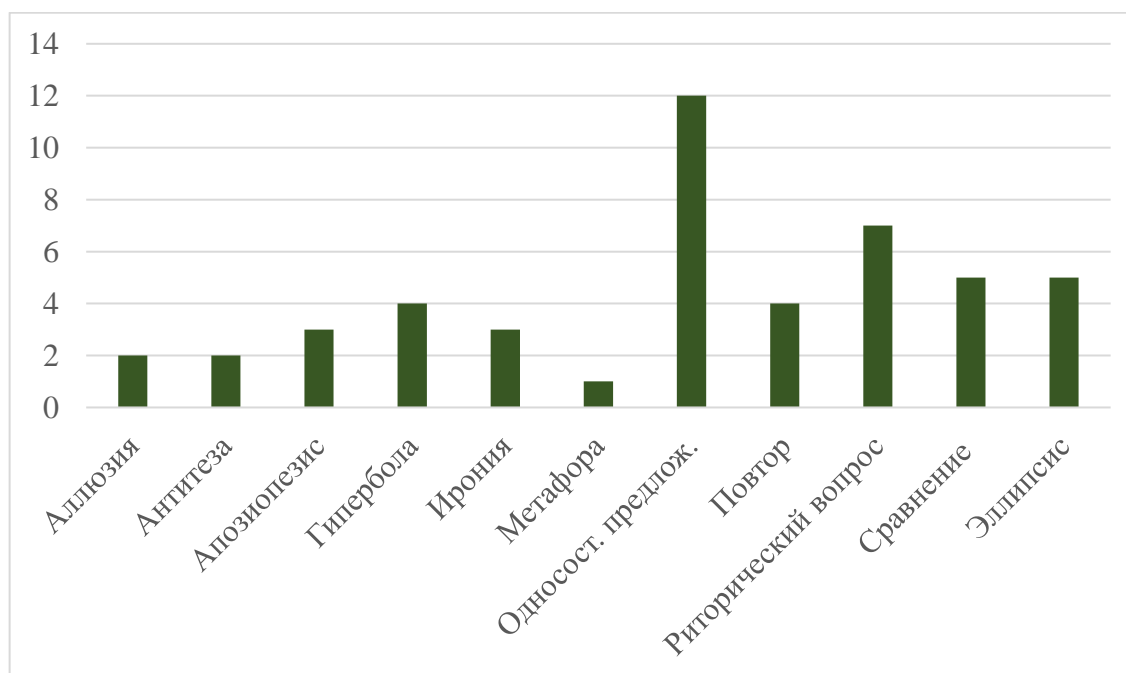


Рисунок 6 – Средства выразительности в вербальном компоненте англоязычного креолизованного интернет-текста

Проведя анализ русскоязычных креолизованных интернет-текстов, нами были выделены следующие средства выразительности в вербальном компоненте. Результаты анализа данных русскоязычных текстов представлены на рисунке 7.

1. Акроним – ПМС (патриархат, мизогиния и сексизм); ЖГС (женская гендерная социализация).

2. Антитеза – Я борюсь вместе с ними, а не против них; лучше я буду одинокой нищенкой, чем замужней королевой; Клара инженер... женщины и математика несовместимы; ...я вижу сексизм повсюду...ты не видишь; я приоритет, а не выбор.

3. Апозиопезис – что...

4. Гипербола – лучше уже некуда.

5. Ирония/сарказм – Ура наконец-то пришел мужчина и все объяснил; Мужчина, вас спасать? Или я пойду у плиты постою; да, спикеры, конечно же, мужчины, потому что женщины, меняющие мир, сидят дома с детьми и готовят борщ; молчать, женщина, твое место возле плиты! Ага, возле твоей могильной; те, кто считает, что пол определяет предрасположенности человека, точно не отличаются логическим мышлением; о боже! Забыла завести детей.

6. Метафора – логическое мышление; третьесортный товар; бранный мир.

7. Односоставное предложение – Не знакомлюсь; Не общаюсь.

8. Повтор – проблема не в том, что... проблема в том, что.

9. Риторический вопрос – Мужчина, вас спасать? Или я пойду у плиты постою; А как иначе то; А почему тебя это вообще волнует; Ты ждешь медаль просто за то, что делаешь то, что делают порядочные люди; А какое тебе дело; Сколько девушек соглашаются...лишь бы кто-то был; Хорошая ли я домохозяйка; Хочу ли я стать лучше; Как элегантно мыть тарелку; А что не так; Я вам не нравлюсь.

10. Сравнение – отношение к себе, как к третьесортному товару.

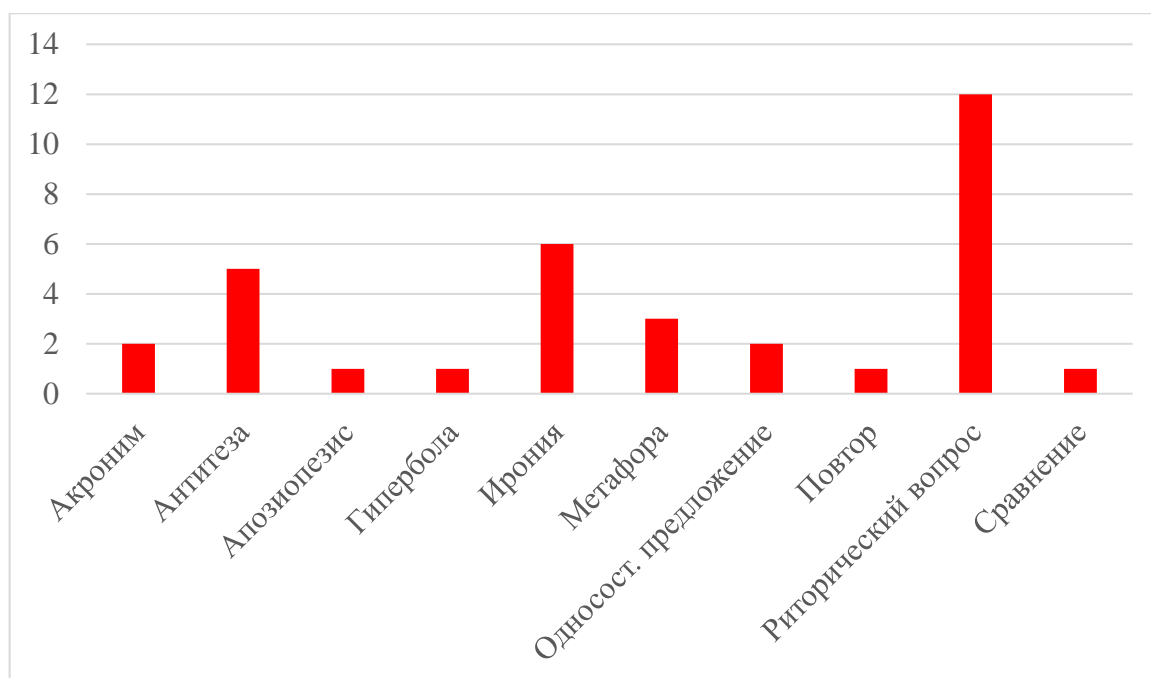


Рисунок 7 – Средства выразительности в вербальном компоненте русскоязычного креолизованного интернет-текста

Исходя из проведенного анализа, можно сделать вывод, что использование односоставных предложений и риторических вопросов достаточно распространено при создании англоязычных креолизованных интернет-текстов. Они позволяют сэкономить время читателя, так как передают важную информацию в более краткой форме. Данные синтаксические средства используются с целью воздействия на восприятие читателя. Риторический вопрос и ирония являются самыми популярными средствами выразительности при создании русскоязычных креолизованных интернет-текстов. Они используются для подчеркивания абсурдности ситуации, высмеивания стереотипов или выражения неодобрения по отношению к определенным явлениям.

Основываясь на результатах проведенного исследования, можно сделать вывод, что современная женщина обладает такими качествами как независимость, образованность, принятие себя и своего тела, равенство.

(рис. 8)

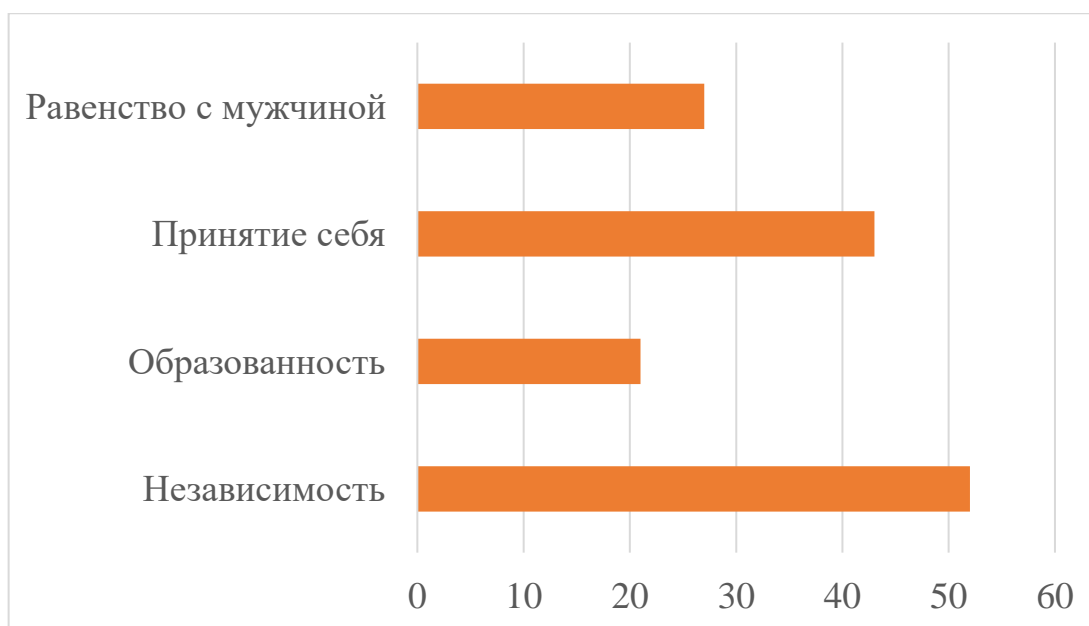


Рисунок 8 – Качества современной женщины

Чтобы создать полноценную картину трансформации роли женщины в обществе нами был проведен сравнительный анализ компонентов в традиционном устоявшемся образе женщины, образе женщины XX века, а также современной женщины.

На основе результатов проведенного исследования можно сделать вывод, что в традиционном устоявшемся в сознании людей образе женщины, который был составлен нами на основе информации из различных лексикографических источников, английская женщина предстает капризной, но в то же время женственной. Главной задачей женщины является – деторождение. Опираясь на анализ постеров 50-60-х годов в США можно отметить, что в представлении людей того времени женщина является эмоциональной, покорной и зависимой, а ведущей ролью женщины того времени является роль матери и хранительницы домашнего очага.

Таким образом можно сказать, что схожими чертами этих двух образов женщин являются эмоциональная нестабильность, а также роль матери. Стоит отметить, что образ современной женщины не имеет общих черт ни с одним из них, что позволяет нам судить о том, что женщина XXI

века практически полностью утратила те качества, что были присущи ей на протяжении многих столетий, а тот устоявшийся в головах людей образ наконец разрушается. Сравнительный анализ данных образов представлен в таблице 2.

Таблица 2 – Компоненты образа женщины в английской лингвокультуре

	Деторо ждение	Эмоцио нальнос ть	Женстве нность	Скром ность	Равен ство	Образо ваннос ть	Независ имость
Устоявшийся образ	+	+	+	-	-	-	-
Образ 50-х – 60-х годов	+	+	-	+	-	-	-
Современная англоговорящая женщина	-	-	-	-	+	+	+

Сравнивая устоявшийся образ русской, советской, а также женщины современной России мы пришли к выводу, что образ советской труженицы гораздо ближе к современному, чем тот, что является традиционным. Образованность и равенство – это те качества, которые присущи как советской, так и современной русской женщине. Результаты сравнительного анализа представлены в таблице 3.

Таблица 3 – Компоненты образа женщины в русской лингвокультуре

	Деторо ждение	Эмоциона льность	Женстве нность	Коллек тивизм	Равен ство	Образов анность	Независ имость
Устоявшийся Образ	+	+	+	-	-	-	-
Советская женщина	-	-	-	+	+	+	-
Современная русская женщина	-	-	-	-	+	+	+

## 2.2 Креолизованный текст как инструмент отображения проблем женщин в обществе

Здоровое, образованное, мирное и процветающее общество невозможно без равенства между мужчинами и женщинами и без расширения прав и возможностей последних. Женщины вносят неоценимый вклад в решение социальных, экономических и политических проблем, занимая ключевые позиции в государственных учреждениях, бизнесе и самых разных областях профессиональной деятельности. Тем не менее, они до сих пор сталкиваются с дискриминацией, обесцениванием, давлением и гендерными стереотипами.

Мы провели анализ 87 единиц креолизованного текста, чтобы выяснить какие проблемы являются для современных женщин самыми актуальными, а также какими качествами обладает женщина XXI века.

Исходя из анализа таких видов креолизованного текста как интернет-мем мы пришли к выводу, что гендерные стереотипы, дискриминация в профессиональной сфере, безопасность и «непринятие себя» являются основными проблемами, с которыми сталкивается современная женщина. Сравнительные данные представлены на рисунке 9.

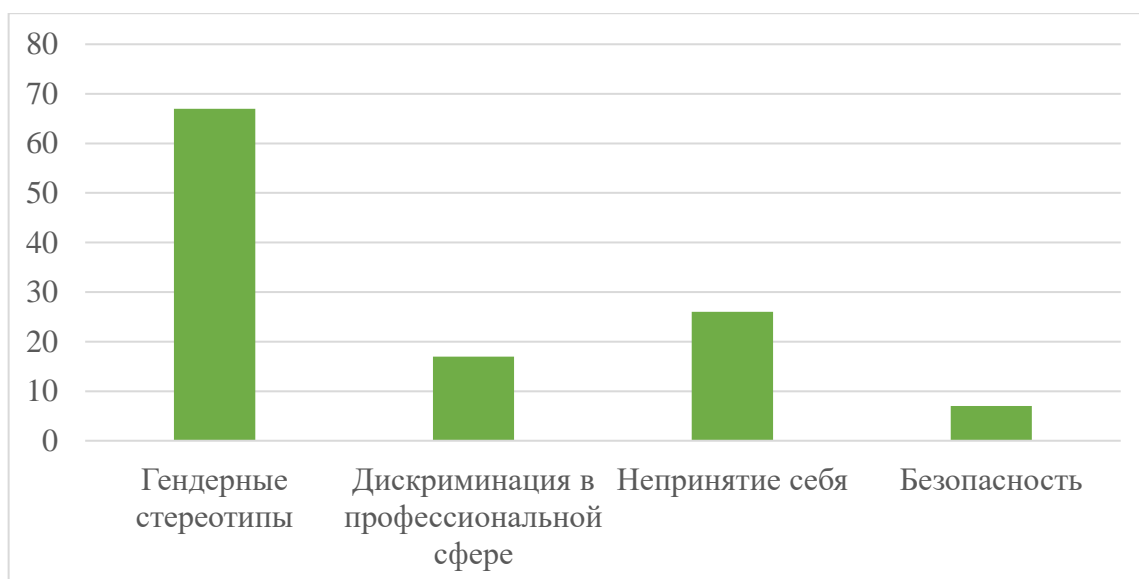


Рисунок 9 – Виды проблем, с которыми сталкиваются современные женщины

Современная женщина получила реальную возможность выбора. Это утверждение касается не только политической сферы. Сегодня женщина может выбирать, какой профессией овладеть, какую должность занять. Она может согласиться или не согласиться с условиями оплаты труда.

Анализ интернет-мемов и изображений показал, что гендерные стереотипы, дискриминация, вопросы безопасности и непринятия себя остаются актуальными проблемами. Несмотря на это, современная женщина обладает такими качествами как независимость, образованность, принятие себя и стремление к равенству, что отражает её активное участие в формировании новой, более равноправной социальной реальности. женщина XXI века получает возможность самостоятельно определять свою жизнь, выбирать образование, карьеру, личные отношения и реализовывать свои репродуктивные права.

Этот процесс, несмотря на его неоднозначность и наличие негативных сторон, свидетельствует о глобальной тенденции к расширению прав и возможностей женщин и переосмыслению их роли в современном мире.

Согласно результатам нашего исследования проблема гендерных стереотипов является самой актуальной для современных женщин. Креолизованные тексты зачастую показывают абсурдность того, что некоторые люди до сих пор верят в них и их придерживаются. Данные интернет-мемы показывают реакцию современных женщин на гендерные стереотипы, тем самым комплексно влияя на читателя через вербальную и невербальную часть.

Невербальный компонент креолизованного интернет-текста на рисунке 10 показывает ситуацию, в которой мужчина и женщина за рулем попали в неприятную ситуацию. В данном случае автор подчеркивает стереотип о том, что женщины не умеют хорошо управлять автомобилем. Мужчина, который проходит мимо транспортного средства положительно реагирует на другого мужчину, но в то же время оскорбляет женщину,



попавшую в идентичную ситуацию. В данном креолизованном тексте можно проследить такое стилистическое средство как контраст, который показывает разное отношение к мужчине и к женщине в одинаковой ситуации. Автор наглядно показывает, что проблема гендерных стереотипов до сих пор сохраняется в обществе и призывает людей не придерживаться их.



Рисунок 10 – Пример креолизованного текста группы «FEM MEMES»

На рисунке 11 представлено два креолизованных текста от одного автора, которые также посвящены проблемам восприятия женщин в обществе. Считается, что женщины должны одеваться закрыто, но в то же время женственно, в их одежде должны превалировать светлые, неяркие оттенки. Длина волос женщин и прическа в целом уже давно является

поводом для споров. Многие уверены, что волосы женщины должны быть исключительно длинными и натуральными, так как окрашенные волосы, особенно в яркий цвет, автоматически делают девушку не женственной. В данном креолизованном тексте автор подчеркивает абсурдность таких стереотипов и призывает женщин не обращать внимание на чужое мнение.

Используя такое средство выразительности, как риторический вопрос автор показывает, что женщина вправе одеваться как хочет и выбирать такой стиль прически, который кажется ей уместным и удобным. Также автор использует сравнение «как парень одеваешься», чтобы показать, что темная одежда не является стереотипно женственной и многие придерживаются стереотипа о том, что такая «мужская» одежда делает девушку менее привлекательной для противоположного пола. Более того, девушки на данном креолизованном тексте намеренно изображены в темной «мужской» одежде, а также с короткой стрижкой, чтобы подчеркнуть, что каждая женщина имеет право выбора того, как ей выглядеть.



Рисунок 11 – Пример креолизованного текста группы «FEM MEMES»

Также одним из популярных гендерных стереотипов является то, что главное предназначение женщины – быть матерью. На рисунке 12

представлена одна из популярных позиций современных женщин насчет материнства. В данном случае автор не только использует тематическую лексику, например «motherhood», но и включает в креолизованный текст такое средство выразительности, как гипербола «the end of the world». Автор использует сравнение, чтобы сделать акцент на том, что материнство для него настолько ужасно, что это словно «конец света». Современные женщины предпочитают уделять больше внимания карьере и лично жизни, чем деторождению и уходу за ребенком. Таким образом автор показывает, что материнство в современном обществе не является первостепенной задачей женщины, однако люди, которые до сих пор придерживаются устоявшихся гендерных стереотипов стараются оказать влияние на девушек, тем самым убедив в том, что их главная роль – это роль матери.

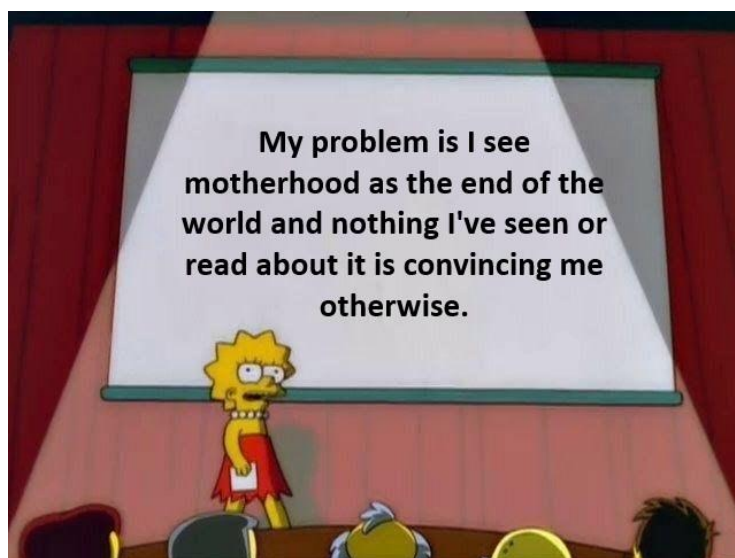


Рисунок 12 – Пример креолизованного текста сайта pinterest.com

В данном примере девочка изображена на сцене, выступающей перед толпой мужчин, что делает акцент на том, что большинства стереотипах о женщинах придерживаются и распространяют именно мужчины. Она стоит высоко над ними с грозным выражением лица и показывает, что имеет собственный выбор, отличный от выбора большинства мужчин.

Анализ вербальных и невербальных компонентов данных креолизованных интернет-текстов, отображающих проблему гендерных

стереотипов, с которыми сталкиваются современные женщины представлен в таблице 4.

Таблица 4 – Проблема гендерных стереотипов

Вербальные компоненты	Невербальные компоненты
<ul style="list-style-type: none"> <li>– лексика motherhood, женственно, а также ассоциативные фразы;</li> <li>– использование риторических вопросов «А почему тебя это вообще волнует?», «А какое тебе дело?»;</li> <li>– контраст мыслей в одном контексте</li> <li>– использование гиперболы и сравнения «as the end of the world».</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– изображение женщин в «мужской» или же открытой одежде, что противоречит стереотипам об идеальной женщине;</li> <li>– женщины изображены с ярким макияжем;</li> <li>– мимика, позы символизируют уверенность.</li> </ul>

Следующие примеры креолизованных интернет-текстов затрагивают проблему дискриминации в профессиональной сфере. В современном мире женщины до сих пор сталкиваются с неравенством на работе: различия в оплате труда, предвзятое отношение, а также проблемы с принятием на работу.

Проанализировав примеры интернет-мемов, мы пришли к выводу, что данная проблема до сих пор является актуальной. На рисунке 13, 14 и 15 представлены примеры креолизованных текстов, посвященных данной проблеме.



Рисунок 13 – Пример креолизованного текста сайта pinterest.com



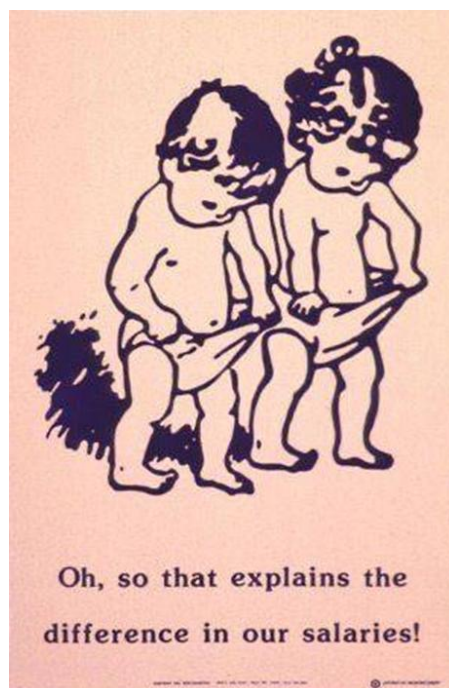


Рисунок 14 – Пример креолизованного текста сайта pinterest.com



Рисунок 15 – Пример креолизованного текста сайта pinterest.com

В данных креолизованных текстах поднимается проблема дискриминации женщин в профессиональной сфере. Авторы, используя такое средство выразительности, как ирония, показывают, что женщины и по сей день сталкиваются с осуждением на работе, невозможностью трудоустройства, а также разницей в оплате труда или же «gender pay gap».

На рисунке 13 женщины изображены в специализированной хирургической одежде, тем самым показывая, что женщины могут работать в любой сфере и работу нельзя делить на мужскую и женскую. Невербальный компонент креолизованного текста на рисунке 14 показывает двух практически идентичных младенцев разного пола, которых отличает только половой признак. Автор, используя иронию и сарказм «Oh, so that explains the difference in our salaries» акцентирует внимание читателя на том, что разница в оплате труда по половому признаку до сих пор существует.

На рисунке 15 автор при помощи невербального компонента креолизованного текста делает акцент на невозможности для женщины получить хорошую должность только из-за того, что она женщина. Также ребенок, которого она держит за руку указывает на частые случаи отказа при приеме на работу ввиду того, что женщина может родить ребенка и уйти в декрет, а такой сотрудник, который будет часто отсутствовать на работе по причине болезни ребенка, работодателю не нужен. Анализ данных креолизованных текстов и их вербальной и невербальной части представлен в таблице 5.

Таблица 5 – Проблема дискриминации в профессиональной сфере

Вербальные компоненты	Невербальные компоненты
<ul style="list-style-type: none"> <li>– лексика salary, career, employer;</li> <li>– использование иронии и сарказма «Oh, so that explains the difference in our salaries», «Мужчина, вас спасти? Или я пойду у плиты постою»;</li> <li>– изменение размера шрифта текста с целью выделения важной информации;</li> <li>– выделение текста жирным шрифтом.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– изображение женщин в профессиональной одежде, что подчеркивает отсутствие деления на мужскую и женскую работу;</li> <li>– изображение женщин в доминантных позах;</li> <li>– акцент на том, что половой признак является единственным различием между мужчиной и женщиной.</li> </ul>

Стоит также уделить внимание такой проблеме, как непринятие себя и своего тела (Таблица 6). В современном мире женщины живут под давлением общества, культ идеального тела захватил практически все сферы жизни. Любое отклонение от идеальной формы вызывает волну негодования, особенно в социальных сетях. Но последние пару лет в

интернет-пространство стала проникать идея «бодипозитива», которая направлена на принятие своего тела таким, какое оно есть. В креолизованных текстах, посвященных данной проблеме женщины показаны разными: с растяжками, шрамами, худые, полные. (Рис. 16) Авторы данных интернет-мемов призывают обратить внимание на проблему, с которой сталкивается практически каждая девушка. Они указывают на то, что девушкам не стоит следовать идеям об идеальности и совершенстве, которые навязывает им общество, а чаще всего именно мужчины.



Рисунок 16 – Пример креолизованного текста сайта pinterest.com

На рисунке 17 изображены четыре девушки разной комплекции, автор использует повтор фразы «beach body», чтобы показать, что не нужно стремиться к какому-то идеальному телу, которое навязывает общество. Он подчеркивает, что каждое тело прекрасно по-своему и не нужно в нем ничего менять.

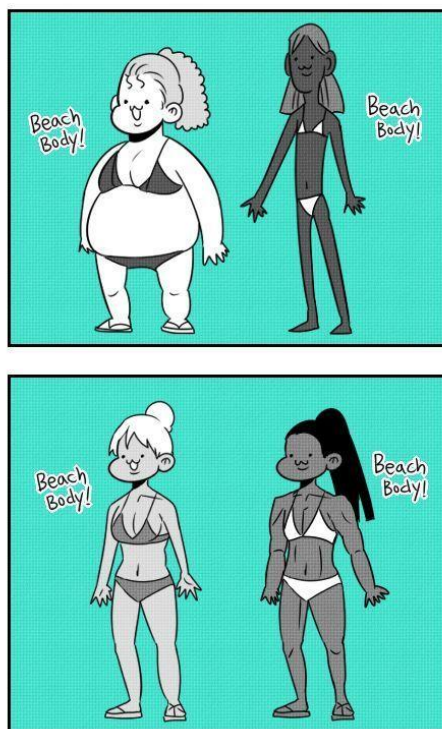


Рисунок 17 – Пример креолизованного текста сайта [pinterest.com](https://www.pinterest.com)

Также проблема нереалистичных стандартов красоты для женщин поднимается в креолизованном интернет-тексте на рисунке 16. В данном случае автор подчеркивает, что те идеалы, которые навязывает нам общество зачастую невозможно достичь. С самого детства девушки смотрят мультфильмы, в которых у главных героинь всегда идеально худое тело с тонкой осиной талией, а куклы, которые им покупают, имеют нереалистичные пропорции, что заставляет их задуматься о собственной «неидеальности».

Однако сейчас такие стандарты красоты стараются искоренять, чтобы развить идею о том, что каждое тело уникально и нужно любить прежде всего себя. В креолизованном тексте на рисунке 17 автор использует иронию и сарказм «Just another unrealistic body expectation for women», чтобы показать, насколько порой нереалистичными бывают стандарты красоты в современном мире. Также присутствует эффект обманутого ожидания, так как читатель ждет красивый манекен, а получает шокирующее изображение.



Just another unrealistic body  
expectation for women



Рисунок 18 – Пример креолизованного текста сайта pinterest.com

Таблица 6 – Проблема непринятия своего тела

Вербальные компоненты	Невербальные компоненты
<ul style="list-style-type: none"> <li>– лексика women, body expectations;</li> <li>– использование иронии и сарказма «Just another unrealistic body expectation for women»;</li> <li>– повтор словосочетания «beach body» с целью демонстрации разных типов тела;</li> <li>– использование односложного предложения «still fabulous».</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– изображение женщин в открытой одежде;</li> <li>– изображение женщин с особенностями тела (растяжки, шрамы и т.д.);</li> </ul>

В последнее время все больше женщин стало акцентировать внимание общественности на безопасности. Исходя из результатов нашего исследования, проблема безопасности хоть и не является самой популярной из перечисленных, но определенно заслуживает внимания. С увеличением количества случаев насилия по отношению к женщинам стало возрастать и внимание к данной проблеме. На рисунках 18 и 19 представлены креолизованные тексты, посвященные тому, что женщины не чувствуют себя безопасно в обществе мужчин. В социальных сетях стал популярен тренд «I choose a bear», намекая на то, что даже с медведем им будет

безопаснее, чем с мужчиной. В данном интернет-меме автор следует этому тренду и с помощью иронии указывает на то, насколько опасным может быть мужчина, что женщина выбирает опасного хищника, а не его.



Рисунок 19 – Пример креолизованного текста сайта pinterest.com

Так как безопасность является одним из ключевых факторов в жизни человека, авторы креолизованных текстов освещают его в своих работах. Так один из авторов интернет-мема (рис. 19), используя условную конструкцию «if men did not exist...», а также эмоционально окрашенную лексику «better», «safer», делает акцент на том, что без мужчин общество было бы гораздо безопаснее.

Танцующие на лугу девушки символизируют свободу, а открытая одежда, в которую они одеты показывает отсутствие стереотипов и рамок. Данный креолизованный текст описывает желание безопасной жизни в обществе без каких-либо ограничений и угроз для жизни. Анализ вербальных и невербальных компонентов креолизованных текстов, посвященных проблеме безопасности женщин приведен в таблице 7.

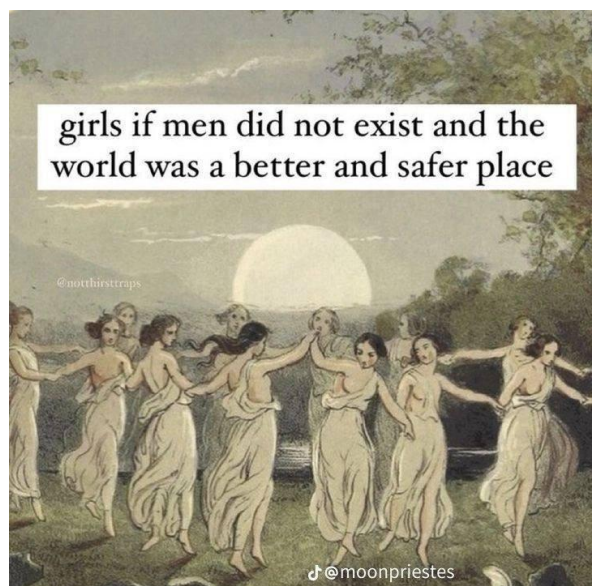


Рисунок 20 – Пример креолизованного текста сайта pinterest.com

Таблица 7 – Проблема безопасности

Вербальные компоненты	Невербальные компоненты
<ul style="list-style-type: none"> <li>– оценочная лексика better, safer;</li> <li>– использование иронии «me and the bear hiding from men»;</li> <li>– условная конструкция «if men did not exist...».</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– изображение женщин в открытой одежде;</li> <li>– сравнение мужчины и животного, с акцентом на то, что животное безопаснее;</li> <li>– представление мира без мужчин как светлое безопасное место без угроз и рамок.</li> </ul>

Таким образом, можно сделать вывод о том, что креолизованные тексты на сайте pinterest.com, а также в группе социальной сети ВКонтакте «FEM MEMES» освещают целый список проблем, с которыми сталкивается женщина в современном мире. Они призывают общество избавляться от устоявшихся стереотипов и установок, которых придерживаются люди множество столетий. Интернет-мемы показывают, что женщина вправе сама определять то, как ей жить, что ей носить и какую профессию выбирать. Креолизованные интернет-тексты оказывают комплексное воздействие на читателя за счет взаимодействия вербальных и невербальных компонентов. Авторы таких креолизованных текстов зачастую используют именно иронию и сарказм в своих работах с целью высмеять традиционные установки и призвать девушек бороться со стереотипами, которые навязывает им общество.

Креолизованные тексты выполняют не только рекреационную функцию, тем самым развлекая читателя, но и мотивируют молодых женщин отстаивать свои права преподнося им важную информацию в более простой и понятной форме. Они показывают, насколько важно любить себя и свое тело, принимать его таким, какое оно есть, а также иллюстрируют бессмысленность и абсурдность идеалов красоты, которые пытаются навязать им мужчины. Таким образом, креолизованные интернет-тексты — это не просто смешные картинки в интернете, а комплексный способ воздействия на женщин, призывающий их быть самими собой, бороться за свои права, а также отстаивать себя и свою индивидуальность.

#### Выводы по второй главе

В условиях развития гражданского общества происходят неизбежные изменения устоявшихся ролей мужчины и женщины. Женщины становятся более независимыми, стремясь реализовать свой потенциал не только в семейном кругу, но и в профессиональной сфере деятельности. Эта тенденция обусловлена необходимостью противостоять предрассудкам, предвзятому отношению, дискриминации в таких сферах жизни, как образование и карьера, а также преодолевать стереотипы о слабости женщин и обесценивание их проблем.

Во второй главе исследования мы провели сравнительный анализ компонентов трех образов женщин, чтобы выявить то, насколько поменялся образ женщины в глазах общества: от традиционного устоявшегося образа русской и английской женщины до образа современной женщины, которая стремится бороться за свои права.

Материалом исследования послужили креолизованные тексты группы социальной сети ВКонтакте “FEM MEMES” и вебсайта [pinterest.com](https://www.pinterest.com) в количестве 116 единиц, а также материалы энциклопедических, толковых и других словарей на английском и русском языках.

Проанализировав энциклопедические, толковые и другие словари на английском и русском языках, мы выявили компоненты традиционного образа английской и русской женщины. Мы пришли к выводу, что некоторые черты женщины в английской и русской лингвокультурах совпадают (деторождение и возраст). В остальных же аспектах образ женщины в данных лингвокультурах имеет некоторые отличия.

Результат анализа рекламных плакатов 1950-х – 1960-х годов показывает, что в те года в США основной тематикой являлись традиционные гендерные роли: мужчина – кормилец, женщина – домохозяйка. Данные плакаты идеализируют домашний уют, счастливую семью и роль женщины как матери. В то же время анализ креолизованного текста в виде агитационного плаката в количестве 16 единиц показывает, что основными темами, поднимающимися в то время были коллективизм, равенство, образование и труд.

Результаты проведения лингвистического анализа креолизованных интернет-текстов в количестве 87 единиц показал, что основными средствами выразительности, используемыми авторами при их создании являются гипербола, риторический вопрос, односоставное предложение, а также ирония и сарказм. Основываясь на результатах проведенного исследования, можно сделать вывод, что современная женщина обладает такими качествами как независимость, образованность, принятие себя и своего тела, равенство.

Проведя сравнительный анализ компонентов в традиционном устоявшемся образе женщины, образе женщины XX века, а также современной женщины, нами был сделан вывод, что образ современной английской женщины не имеет общих черт ни с одним из выше перечисленных, что позволяет нам судить о том, что женщина XXI века практически полностью утратила те качества, что были присущи ей на протяжении многих столетий.

Однако, сравнивая устоявшийся образ русской, советской, а также женщины современной России мы пришли к выводу, что образ советской труженицы гораздо ближе к современному, чем тот, что является традиционным, их общими чертами являются образованность и равенство.

Далее нами был выделен основной ряд проблем, с которыми и по сей день сталкивается современная женщина. Среди них:

- 1) проблема гендерных стереотипов;
- 2) проблема дискриминации в профессиональной сфере;
- 3) проблема неприятия себя и своего тела;
- 4) проблема безопасности в обществе.

Креолизованные тексты группы «FEM MEMES», а также сайта [pinterest.com](https://www.pinterest.com) призывают избавляться от устоявшихся в обществе стереотипов о женщинах, они мотивируют молодых девушек принимать себя и свое тело таким, какое оно есть, а также уделяет внимание проблемам дискриминации на работе, разному уровню оплаты труда и трудностям в получении должности. Они помогают переосмыслить проблему гендерных стереотипов, показывая на примерах их необоснованность и абсурдность. Внимание к различным проблемам женщин, которое выражается через креолизованный текст помогает распространить идею о том, что девушки в праве сами выбирать то, кем им быть, как выглядеть и что делать.

### **ГЛАВА 3. МЕТОДИЧЕСКИЙ АСПЕКТ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ КРЕОЛИЗОВАННЫХ ТЕКСТОВ В ОБУЧЕНИИ ИНОСТРАННОМУ ЯЗЫКУ.**

3.1 Способы интеграции креолизованных интернет-текстов на уроках иностранного языка

В современном мире, где визуальная информация играет все более важную роль, креолизованные тексты находят все более широкое применение в различных сферах деятельности. Аудиовизуальные элементы, визуальные данные, паралингвистические средства и иллюстрации приобретают огромное значение в формировании текста.

В современной методике обучения иностранным языкам одним из основополагающих является принцип наглядности, который опирается на чувственное восприятие лингвистических и экстралингвистических образов. Креолизованные тексты, сочетающие в себе вербальные и невербальные элементы, обладают значительным потенциалом в качестве средства наглядности, которое может быть использовано на уроке иностранного языка, учитывая психологические особенности его изучения. Благодаря использованию креолизованных текстов усвоение языковых знаний и активизация речевой деятельности становятся более эффективными, оказывая положительное влияние на мышление, восприятие, внимание и память.

Креолизованный текст выполняет ряд функций, на основе которых мы выявили возможности их применения на уроках иностранного языка.

Информационная функция. Креолизованный текст передает лингвокультурологическую информацию о событиях и явлениях в вербально визуальной форме. Он может служить инструментом создания образов и концептов информируя учащихся о культуре, истории и социально-политических и экономических проблемах разных стран.

Коммуникативная функция. Креолизованный текст является как фактором, так и результатом успешной коммуникации. задания с использованием креолизованного текста можно реализовать через диалоги, монологи, ролевые игры, кейсовые задачи, дебаты и дискуссии что позволяет сохранить интерактивный и игровой формат урока.

Образовательная функция. Креолизованный текст может создавать смысловую опору при понимании и на язычной речи разгружая оперативную память от удержания логической последовательности. Креолизованный текст преподносит учащимся сложные явления и концепты в простой форме, что улучшает их восприятие информации.

Познавательная функция. Креолизованный текст содержит реалии языковой среды и информацию о социуме что особенно важно при обучении вне страны изучаемого языка.

Воспитательная функция. Креолизованный интернет-текст способствует формированию нравственных норм, позитивных чувств и убеждений, например через социальную рекламу и карикатуру.

Контролирующая функция. Креолизованный текст можно использовать для проверки знаний и умений, например, при проведении тестов на владение устойчивыми выражениями или прецедентными феноменами желание понять смысл зашифрованной информации повышает активность учащихся и улучшает запоминание. Использование визуальной наглядности включая креолизованный текст положительно влияет на процесс мышления делает обучения более эффективным.

Согласно ФГОС СОО одним из предметных результатов изучения предметной области «Иностранные языки» является владение знаниями о социокультурной специфике страны/стран изучаемого языка и умение строить свое речевое и неречевое поведение адекватно этой специфике; умение выделять общее и различное в культуре родной страны и страны/стран изучаемого языка [1].



На прагматическом уровне целью иноязычного образования (базовый уровень владения английским языком) на уровне среднего общего образования провозглашено развитие и совершенствование коммуникативной компетенции обучающихся, сформированной на предыдущих уровнях общего образования, в единстве таких её составляющих, как речевая, языковая, социокультурная, компенсаторная и метапредметная компетенции.

В данном исследовании мы заинтересованы в формировании языковой компетенции, которая состоит в овладении новыми языковыми средствами (фонетическими, орфографическими, пунктуационными, лексическими, грамматическими) в соответствии с отобранными темами общения, освоении знаний о языковых явлениях английского языка, разных способах выражения мысли в родном и английском языках, а в частности в развитии лексического навыка обучающихся [2].

Последовательная организация работы с лексикой является важным фактором усвоения лексических единиц обучающимися. Рассматривая вопрос содержания основных этапов работы с лексикой, Н. Д. Гальскова и Н. И. Гез выделили три этапа:

- 1) ознакомление с новым материалом (включая семантизацию);
- 2) первичное закрепление;
- 3) развитие навыков и умений использования лексики в разных формах устного или письменного общения.

Также следует заметить, что овладение самим лексическим навыком также проходит через три этапа, которые выделил С. Ф. Шатилов [31], и предполагает следующие этапы работы с лексическими единицами:

1. Этап введения, семантизация нового слова и первичное его воспроизведение.
2. Этап ситуативной тренировки и создания прочных лексических речевых связей в заданных пределах в однотипных речевых ситуациях.

3. Варьирующий ситуативный этап – этап создания динамичных лексических речевых связей, т. е. обучение новокомбинированию знакомых лексических элементов в различных контекстах в заданных пределах.

В свою очередь, рассмотренные выше этапы совпадают с этапами формирования лексической компетенции, предложенными Р. Р. К. Хартманом, который выделил ознакомительный этап, этап закрепления и этап использования лексической единицы в разных видах речевой деятельности [8].

Нами были разработаны упражнения на тему «Women in society» с использованием креолизованных интернет-текстов, которые можно использовать в дополнение к следующему УМК: «Spotlight», 11 класс, Авторы: О. В. Афанасьева, Д. Дули, И. В. Михеева. Данные упражнения направлены на развитие лексического навыка обучающихся в соответствии с основными этапами работы с лексикой.

Задания разработаны для учеников старших классов, студентов и более взрослой аудитории с целью развития лексических навыков обучающихся по теме права и обязанности в рамках раздела «Rights & Responsibilities». Схема упражнений была выполнена на платформе VK Доска и представлена на рисунке 21.

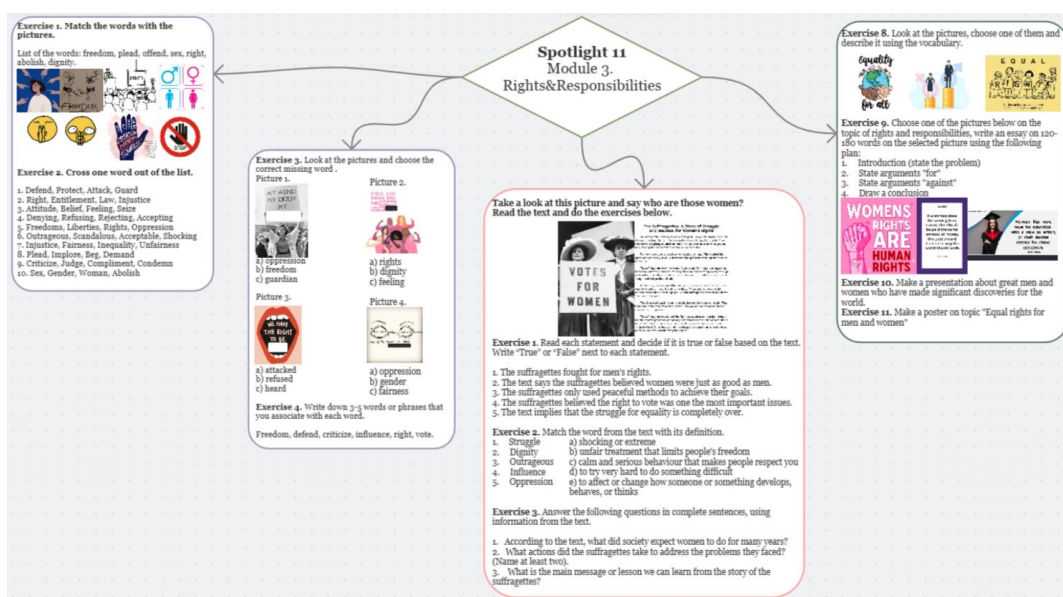


Рисунок 21 – Схема методической разработки

Этап 1. Ознакомление с новым материалом (включая семантизацию).

Exercise 1. Match the words with the pictures (Приложение 1).

List of the words: freedom, plead, offend, sex, right, abolish, dignity.

Exercise 2. Cross the odd one out;

- 1) defend, protect, attack, guard;
- 2) right, entitlement, law, injustice;
- 3) attitude, belief, feeling, seize;
- 4) denying, refusing, rejecting, accepting;
- 5) freedoms, liberties, rights, oppression;
- 6) outrageous, scandalous, acceptable, shocking;
- 7) injustice, fairness, inequality, unfairness;
- 8) plead, implore, beg, demand;
- 9) criticize, judge, compliment, condemn;
- 10) sex, gender, woman, abolish.

Exercise 3. Look at the pictures and choose the correct missing word

(Приложение 2).

Picture 1.

- a) oppression;
- b) freedom;
- c) guardian.

Picture 2.

- a) rights;
- b) dignity;
- c) feeling.

Picture 3.

- a) attacked;
- b) refused;
- c) heard.

Picture 4.

- a) oppression;
- b) gender;
- c) fairness.

Exercise 4. Write down 3-5 words or phrases that you associate with each word: freedom, defend, criticize, influence, right, vote.

Этап 2. Первичное закрепление.

Take a look at this picture (Приложение 3) and say who are those women? Read the text and do the exercises below.

Exercise 5. Read each statement and decide if it is true or false based on the text. Write “True” or “False” next to each statement.

1. The suffragettes fought for men's rights.
2. The text says the suffragettes believed women were just as good as men.
3. The suffragettes only used peaceful methods to achieve their goals.
4. The suffragettes believed the right to vote was one the most important issues.
5. The text implies that the struggle for equality is completely over.

Exercise 6. Match the word from the text with its definition.

- 1) struggle,
  - 2) dignity,
  - 3) outrageous,
  - 4) influence,
  - 5) oppression.
- a) shocking or extreme;
  - b) unfair treatment that limits people's freedom;
  - c) calm and serious behaviour that makes people respect you;
  - d) to try very hard to do something difficult;
  - e) to affect or change how someone or something develops, behaves, or thinks.

Exercise 7. Answer the following questions in complete sentences, using the information from the text.

1. According to the text, what did society expect women to do for many years?

2. What actions did the suffragettes take to address the problems they faced? (Name at least two).

3. What is the main message or lesson we can learn from the story of the suffragettes?

Этап 3. Развитие навыков и умений использования лексики в разных формах устного или письменного общения.

Exercise 8. Look at the pictures (Приложение 4), choose one of them and describe it using the vocabulary.

Exercise 9. Choose one of the pictures (Приложение 5) below on the topic of rights and responsibilities, write an essay on 120-180 words on the selected picture using the following plan:

- introduction (state the problem);
- state arguments «for»;
- state arguments «against»;
- draw a conclusion.

Exercise 10. Make a presentation about great men and women who have made significant discoveries for the world.

Exercise 11. Make a poster on topic «Equal rights for men and women»

На основе разработанных нами упражнений можно утверждать, что креолизованные тексты являются эффективным средством для организации уроков иностранного языка. Использование креолизованных текстов реализует принцип наглядности, что позволяет облегчить восприятие информации учащимися. Данная методическая разработка может быть адаптирована как для индивидуальной, так и для групповой работы на уроке иностранного языка.

## Выводы по третьей главе

В ходе исследования была выявлена методическая ценность креолизованных текстов в обучении иностранному языку. Креолизованные интернет-тексты выступают не только как средство коммуникации, но и как носители культуры, отражающие мировоззрение, ценности и эстетические идеалы народа или социальной группы, что является важным аспектом социокультурного изучения языка.

Креолизованные тексты реализуют разнообразные функции, включая образовательную, воспитательную, контролирующую, а также функцию передачи информации и осуществления коммуникации.

Опираясь на положения Федерального Государственного Образовательного Стандарта и Федеральной Рабочей Программы по английскому языку, нами был разработан комплекс упражнений, посвященный роли женщины в таких сферах как семья, права и обязанности и образование.

Представленный комплекс упражнений демонстрирует, что на основе креолизованных интернет-текстов можно разрабатывать задания для отработки лексических и грамматических навыков, использовать их в качестве речевой разминки, тренировать устную (монологическую и диалогическую) и письменную речь. Эти задания легко адаптируются для индивидуальной и групповой работы.

Подводя итог, можно сказать, что креолизованные тексты являются эффективным средством обучения иностранному языку. Они предстают средством наглядности, что делает их все более важными для процесса обучения. Они позволяют не только повысить интерес учащихся к теме урока, но и позволяют им лучше запомнить важную и сложную информацию, преподнося ее в более простой форме.

## ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Таким образом, существует многообразие креолизованных интернет-текстов, которые представляют собой сложную комбинацию вербальных и невербальных элементов. Креолизованные тексты отражают актуальные тенденции современной межкультурной коммуникации, где возрастает интерес к визуальным и мультимодальным формам выражения.

В современном интернет-пространстве креолизованные тексты, сочетающие вербальные и невербальные элементы, стали широко распространены и влиятельны. Их исследование показало, что невербальные знаки обладают высокой информативной емкостью и прагматическим потенциалом.

Целью нашего исследования мы обозначили проанализировать структуру и содержание креолизованных текстов, участвующих в представлении роли женщин в современном мире. Чтобы достичь ее мы проанализировали большое количество теоретического материала, который включал в себя определение понятия креолизованного текста, его классификацию, подходы к изучению и т.д. В ходе исследования был реализован комплексный подход, включающий в себя: выявление актуальных проблем, с которыми сталкиваются женщины во всем мире; анализ креолизованных текстов с применением существующих классификаций для установления взаимосвязи между вербальными и невербальными элементами; исследование стилистических средств вербальной части; анализ содержания креолизованных текстов в контексте проблем женщин. Практическая значимость работы подтверждается возможностью использования полученных результатов в обучении иностранному языку.

По итогам нашего теоретического и практического исследования, нами были сделаны следующие выводы.

В ходе исследования было выявлено, что креолизованные тексты, в которых изображение подчеркивает определенный аспект вербального компонента являются самыми часто используемыми (выделительные). Также мы выяснили, что креолизованные тексты насыщены различными выразительными средствами лексическими, синтаксическими и стилистическими. Самыми распространенными средствами выразительности, используемыми авторами при их создании являются гипербола, риторический вопрос, односоставное предложение, а также ирония и сарказм. Односоставные предложения и риторические вопросы позволяют сэкономить время читателя, так как позволяют передать важную информацию в более краткой и понятной форме. Данные синтаксические средства используются с целью воздействия на восприятие читателя. Ирония и сарказм являются самым популярным стилистическим средством при создании креолизованных интернет-текстов. Они используются для подчеркивания абсурдности ситуации, высмеивания стереотипы или выражения неодобрения по отношению к определенным явлениям.

Материалом исследования послужили креолизованные тексты группы социальной сети ВКонтакте “FEM MEMES” и вебсайта [pinterest.com](https://www.pinterest.com) в количестве 116 единиц, а также материалы энциклопедических, толковых и других словарей на английском и русском языках.

Проанализировав энциклопедические, толковые и другие словари на английском и русском языках, нами были выявлены основные компоненты традиционного образа английской и русской женщины. Мы пришли к выводу, что некоторые черты «Английской» и «Русской» женщины совпадают (деторождение и возраст). В остальных же аспектах образ женщины в данных лингвокультурах имеет определенные отличия.

Результат анализа рекламных плакатов 1950-х – 1960-х годов в США показывает, что в те года в Америке основной тематикой являлись традиционные гендерные роли, а сами плакаты идеализируют домашний



уют, счастливую семью и роль женщины как матери. В то же время анализ креолизованного текста в виде агитационного советского плаката в количестве 16 единиц показывает, что основными темами, поднимающимися в то время были коллективизм, равенство, образование и труд.

Основываясь на результатах проведенного исследования креолизованных интернет-текстов в количестве 87 единиц, можно сделать вывод, что современная женщина обладает такими качествами как независимость, образованность, принятие себя и своего тела, равенство.

Проведя сравнительный анализ компонентов в традиционном устоявшемся образе женщины, образе женщины XX века, а также современной женщины, нами был сделан вывод, что образ современной английской женщины не имеет общих черт ни с традиционным, ни с образом женщины XX века, что позволяет нам судить о том, что современная полностью утратила те качества, что были присущи ей на протяжении многих столетий.

Однако, сравнивая устоявшийся образ русской, советской, а также женщины современной России мы пришли к выводу, что образ советской женщины гораздо ближе к современному, чем тот, что является традиционным, их общими чертами являются образованность и равенство.

Далее нами был выделен основной спектр проблем, с которыми и по сей день сталкивается современная женщина. Они связаны с гендерными стереотипами, безопасностью, неприятием себя, а также дискриминацией в профессиональной сфере.

Креолизованные тексты группы «FEM MEMES», а также сайта [pinterest.com](https://www.pinterest.com) призывают избавляться от устоявшихся в обществе стереотипов о женщинах, они уделяют внимание проблеме профессиональной дискриминации, а также мотивируют молодых девушек принимать себя и свое тело таким, какое оно есть. Они помогают

переосмыслить проблему гендерных стереотипов, показывая на примерах их необоснованность и абсурдность. Внимание к различным проблемам женщин, которое выражается через креолизованный текст помогает распространить идею о том, что девушки в праве сами выбирать то, кем им быть, как выглядеть и что делать.

В ходе исследования была выявлена методическая ценность креолизованных текстов в обучении иностранному языку. Креолизованные интернет-тексты выступают не только как средство коммуникации, но и как носители культуры, отражающие мировоззрение, ценности и эстетические идеалы народа или социальной группы, что является важным аспектом социокультурного изучения языка.

Креолизованные тексты реализуют разнообразные функции, включая образовательную, воспитательную, контролирующую, а также функцию передачи информации и осуществления коммуникации.

Представленная методическая разработка демонстрирует, что на основе креолизованных интернет-текстов можно разрабатывать задания для развития лексических навыков обучающихся, использовать их в качестве речевой разминки, тренировать устную (монологическую и диалогическую) и письменную речь. Эти задания легко адаптируются для индивидуальной и групповой работы.

Практическая значимость работы заключается в том, что выбранные креолизованные тексты могут быть задействованы в упражнениях, направленных на развитие лексических навыков на уроках английского языка, способствовать мотивации к обучению и формировать языковую компетенцию, данные интернет-тексты могут быть использованы с целью изучения проблем женщин в мире, которые широко не освещаются, но стоят на ряду с другими важнейшими проблемами нашего мира, а значит являются необходимыми в изучении.

Подводя итог, можно сказать, что креолизованные тексты являются эффективным средством обучения иностранному языку. Они предстают средством наглядности, что делает их все более важными для процесса обучения. Они позволяют не только повысить интерес учащихся к теме урока, но и позволяют им лучше запомнить важную и сложную информацию, преподнося ее в более простой форме.

Таким образом, исходя из полученных результатов исследования, можно утверждать, что цель работы достигнута. А гипотеза о том, что креолизованный текст, вербальные и невербальные компоненты которого образуют одно визуальное, структурное, смысловое и функциональное целое, обеспечивает комплексное прагматическое воздействие на читателя, доказана.

## СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Федеральный государственный образовательный стандарт среднего общего образования (утв. приказом Минобрнауки России от 17 мая 2012 г. № 413) – URL: [<https://fgos.ru/fgos/fgos-soo>] (дата обращения: 20.04.2025).
2. Федеральная рабочая программа по английскому языку для 10-11 классов (базовый уровень). – URL: [https://edsoo.ru/wp-content/uploads/2023/08/4\\_frp-angl-yaz\\_10-11-klassy\\_baza.pdf](https://edsoo.ru/wp-content/uploads/2023/08/4_frp-angl-yaz_10-11-klassy_baza.pdf) (дата обращения: 20.04.2025).
3. Авдина А. И. Вопросы классификации омонимов (на материале словарей омонимов) / А. И. Авдина // Лингвистика. – 2022. – № 2. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/voprosy-klassifikatsii-omonimov-na-materiale-slovarей-omonimov> (дата обращения: 18.02.2025).
4. Анисимова Е. Е. Лингвистика текста и межкультурная коммуникация (на материале креолизованных текстов) / Е. Е. Анисимова – Москва : Академия, 2003. – 107 с. – ISBN 5-7695-0961-9.
5. Аршинская Н. А. Интернет-мемы в коммуникативном пространстве: функции / Н. А. Аршинская // Филологические науки. – 2015. – № 6. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/internet-memy-v-kommunikativnom-prostranstve-funktsii> (дата обращения: 15.02.2025).
6. Барден Л. Имидж текста / Л. Барден – Москва : Просвещение, 1975 – 34 с.
7. Боронихина И. О. Формирование профессионально-ориентированной лексической компетенции у студентов неязыкового вуза / И. О. Боронихина, Т. С Бочкарева, Н. С Варфоломеева, Е. В Ключева, М. Н Алексеева // Современная наука. – 2024. – № 5. – С. 64-69.
8. Власян Г. Р. Значение стереотипов в понимании культур / Г. Р. Власян // Языковая система и социокультурный контекст – Чебоксары, 2010. – С. 170-174.

9. Ворошилова М. Б. Креолизованный текст : аспекты изучения / М. Б. Ворошилова // Политическая лингвистика. – Екатеринбург, 2006. – С.75-80.
10. Ворошилова М. Б. Политический креолизованный текст: ключи к прочтению / М. Б. Ворошилова – Екатеринбург, 2013. – 194 с. – ISBN 978-5-7186-0543-3.
11. Гальскова Н. Д. Теория обучения иностранным языкам: лингводидактика и методика : учебное пособие / Н. Д. Гальскова, Н. И. Гез – 2-е изд. – Москва : Академия, 2006 – 336 с. – ISBN 3-7695-2969-5.
12. Гришаева Л. И. Насколько реально «избавиться от стереотипов»? (полемические заметки на полях публикаций по проблемам теории межкультурной коммуникации) / Л. И. Гришаева // Вестник ВГУ. – 2021. – № 3. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/naskolko-realno-izbavitsya-ot-stereotipov-polemicheskie-zametki-na-polyah-publikatsiy-po-probleмам-teorii-mezhkulturnoy> (дата обращения: 13.02.2025).
13. Креолизованный текст : смысловое восприятие / И. В. Вашунина, Е. Ф. Тарасов, А. А. Нистратов, М. О. Матвеев. – Москва : Институт языкознания РАН, 2020. – 206 с. – ISBN 978-5-6045633-1-1.
14. Левада Ю. А. Комплексы общественного мнения / Ю. А. Левада // Мониторинг. – 1996. – № 6. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/kompleksy-obschestvennogo-mneniya-statuya-pervaya> (дата обращения: 07.04.2025).
15. Левченко М. Н. Креолизованный текст в системе «Интернет» / М. Н. Левченко, А. В. Изгаршева // Российский социально-гуманитарный журнал. – 2018. – № 4. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/kreolizovannyyu-tekst-v-sisteme-internet> (дата обращения: 14.01.2025).
16. Линник А. А. Гендерные стереотипы в кросскультурной коммуникации / А. А. Линник // Актуальные вопросы современной филологии и журналистики. – 2018. – № 2 – URL:

<https://cyberleninka.ru/article/n/gendernye-stereotipy-v-krosskulturnoy-kommunikatsii> (дата обращения: 13.02.2025).

17. Лукьянчикова М. В. Специфика использования интернет-мемов в маркетинговых целях / М. В. Лукьянчикова, Э. Н. Бердникова // Наука о человеке : гуманитарные исследования. – 2017. – № 4 – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/spetsifika-ispolzovaniya-internet-memov-v-marketingovyh-tselyah> (дата обращения: 15.01.2025).

18. Маричев М. Д. Особенности креолизованного текста и его классификация / М. Д. Маричев // E-Scio. – 2022. – № 6 – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/osobennosti-kreolizovannogo-teksta-i-ego-klassifikatsiya> (дата обращения: 14.01.2025).

19. Нежура Е. А. Новые типы креолизованных текстов в коммуникативном пространстве интернета / Е. А. Нежура // Теория языка и межкультурная коммуникация. – 2012. – № 2 – С. 47–52.

20. Окунева И. А. Особенности использования структурных компонентов креолизованных текстов в зарубежной учебной книге : моменты концептуальной инверсии / И. А. Окунева, В. В. Латун // Мир науки. Педагогика и психология. – 2017. – № 2. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/osobennosti-ispolzovaniya-strukturnyh-komponentov-kreolizovannyh-tekstov-v-zarubezhnoy-uchebnoy-knige-momenty-kontseptualnoy> (дата обращения: 07.02.2025).

21. Павлова Е. Б. Функции англоязычных и русскоязычных экологических интернет-мемов: Общее и специфичное / Е. Б. Павлова // Мир науки, культуры, образования. – 2023. – № 1. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/funksii-angloyazychnyh-i-russkoyazychnyh-ekologicheskikh-internet-memov-obschee-i-spetsifichnoe> (дата обращения: 15.01.2025).

22. Пасева А. Д. Неологизмы, их типы и пути формирования в современном русском языке / А. Д. Пасева // Таврический научный

обозреватель. – 2016. – № 1. – URL:  
<https://cyberleninka.ru/article/n/neologizmy-ih-tipy-i-puti-formirovaniya-v-sovremennom-russkom-yazyke> (дата обращения: 18.03.2025).

23. Поварницына М. В. Специфика креолизованных текстов в массовой интернет-коммуникации / М. В. Поварницына // *Universum : Филология и искусствоведение*. – 2015. – № 6 – URL:  
<https://cyberleninka.ru/article/n/spetsifika-kreolizovannyh-tekstov-v-massovoy-internet-kommunikatsii> (дата обращения: 15.01.2025).

24. Пойманова О. В. Семантическое пространство видеовербального текста : специальность 10.02.19 «Теория языка» : автореферат диссертации на соискание ученой степени кандидата филологических наук / Пойманова Ольга Валентиновна – Москва, 1997. – 237 с.

25. Русский этимологический словарь. Вып. 16 (ерепёниться — житье) / составитель А. Е. Аникин – Москва : Ин-т рус. яз. им. В. В. Виноградова РАН, 2021. – 389 с. – ISBN 978-5-88744-087-3.

26. Рябова Т. Б. Гендерные стереотипы и гендерная стереотипизация: методологические подходы / Т. Б. Рябова // *Женщина в российском обществе*. – 2001. – № 3-4. – URL:  
<https://cyberleninka.ru/article/n/gendernye-stereotipy-i-gendernaya-stereotipizatsiya-metodologicheskie-podhody> (дата обращения: 13.02.2025).

27. Сорокин Ю. А. Креолизованные тексты и их коммуникативная функция / Ю. А. Сорокин, Е. Ф. Тарасов // *Оптимизация речевого воздействия*. – Москва, 1990. – С. 180-186.

28. Толковый словарь живого великорусского языка : в 4 т. / составитель В. И. Даль. – Москва : Русский язык, 1989 – 699 с. : портр. – ISBN 5-200-01250-3.

29. Толковый словарь русского языка : 72500 слов и 7500 фразеологических выражений / составители С. И. Ожегов, Н. Ю. Шведова – 2-е изд., испр. и доп. – Москва : Азъ, 1994. – 907 с. – ISBN 5-85632-007-7.
30. Чеснокова Л. В. Стереотипы в межкультурной коммуникации / Л. В. Чеснокова // Концепт. – 2015. – № 4. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/stereotipy-v-mezhkulturnoy-kommunikatsii> (дата обращения: 13.02.2025).
31. Шатилов С. Ф. Методика обучения немецкому языку в средней школе : учебное пособие / С. Ф. Шатилов. – 2-е изд. – Москва : Просвещение, 1986. – 221 с.
32. Щурина Ю. В. Интернет-мемы как феномен интернет-коммуникации / Ю. В. Щурина // Научный диалог. – 2012. – № 3. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/internet-memy-kak-fenomen-internet-kommunikatsii> (дата обращения: 14.01.2025).
33. Щурина Ю. В. Комические креолизованные тексты в интернет-коммуникации / Ю. В. Щурина // Вестник НовГУ. – 2010. – № 57. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/komicheskie-kreolizovannye-teksty-v-internet-kommunikatsii> (дата обращения: 07.02.2025).
34. Щурина Ю. В. Речевые жанры комического в современной массовой коммуникации / Ю. В. Щурина. – Чита : Изд-во Забайкальского государственного университета, 2015. – 223 с. – ISBN 978-5-9293-1560-2.
35. Энциклопедический словарь / составители Ф. А. Брокгауз, И. А. Ефрон / под ред. проф. И. Е. Андреевского. – Санкт-Петербург, 1890-1907. – С. 467-958.
36. Ashmore R. D The Social Psychology of Female-male Relations: A Critical Analysis of Central Concepts / R.D. Ashmore, F.K. Del Boca – N.Y. : Academic Press, 1986. – 376 p.



37. Basow S. A. Gender stereotypes and roles. / S. A. Basow – Pacific Grove : Brooks/Cole Pub. Co., 1992. – 484 p. – ISBN 978-0-534-12120-4.
38. Baym N. K. Personal connections in the digital age / N. K. Baym – Cambridge : Malden, MA : Polity, 2010 – 196 p. – ISBN 978-0-745-64331-1.
39. Cambridge academic content dictionary – New York : Cambridge University Press, 2009. – 1212 p. – ISBN 978-0-521-87143-3.
40. Chaffey D. Digital marketing excellence: Planning, optimizing and integrating online marketing / D. Chaffey, P. R. Smith – London : Routledge, 2017 – 690 p. – ISBN 978-1-315-64034-1.
41. Jandt F. E. An Introduction to Intercultural Communication : Identities in a Global Community / F. E. Jandt. – Thousand Oaks : Sage Publications, 2007. – 444 p. – ISBN 978-1-4129-1442-0.
42. Jowett G. S. Propaganda & persuasion / G. S. Jowett, V. O'Donnell – Thousand Oaks : Sage Publications, 2012. – 468 p. – ISBN 978-1-4129-7782-1.
43. Kress G. Reading Images: The Grammar of Visual Design / G. Kress, T. Van Leeuwen – London ; New York : Routledge, 1996 – 320 p. – ISBN 978-0-4153-1915-7.
44. Online Etymology Dictionary – URL: <https://www.etymonline.com/> (дата обращения: 16.04.2025).
45. Oxford English Dictionary – URL: <https://www.oed.com/?tl=true> (дата обращения: 16.04.2025).
46. The new Webster encyclopedic dictionary of the English language / by V. S. Thatcher – Chicago : Consolidated Book Pub., 1980 – 1448 p. – ISBN 978-0-8326-0000-5.
47. The Oxford Dictionary of English Etymology / by C. T. Onions, G. W. S. Friedrichsen, R. W. Burchfield – OUP Oxford, 1966 – 1024 p. – ISBN 978-0-1986-1112-7.

48. Urban Dictionary – URL: <http://www.urbandictionary.com> (дата обращения: 15.03.2025).

# ПРИЛОЖЕНИЕ 1

## Креолизованный текст к упражнению 1



Рисунок 22 – Наглядный материал к заданию 1

## ПРИЛОЖЕНИЕ 2

### Креолизованный текст к упражнению 3



Рисунок 23 – Наглядный материал к заданию 3

## ПРИЛОЖЕНИЕ 3

### Креолизованный текст к упражнению 5



#### **The Suffragettes: A Story of Struggle and Success for Women's Rights**

The suffragettes were a very important group. They're known for their long struggle to defend the right for women to vote and be equal in society. They were brave in fighting an unfair attitude that said women were not as good as men, denying them important freedoms and opportunities.

For many years, society said women should stay home. This violated their dignity and caused injustice. Women faced being discriminated against because of their sex.

The suffragettes knew they couldn't just plead for things to change; they needed to seize the chance to act. They chose to address the problems through different actions, like peaceful protests. They wanted to influence what people thought and change the attitude.

At the time, many excused the outrageous way women were treated. Some were offended by the suffragettes' methods. The people in charge would criticize them and put them in prison. But the suffragettes were morally driven to achieve their goals.

They knew real equality meant changing laws and how people thought. They talked about the topic of women's rights. They worked hard to abolish unfair rules and fight oppression.

The suffragettes understood the fight was about more than just voting; it was about getting freedom and making sure women had the same opportunity as men in the future. Their story shows how strong people can be, even when things are hard. It reminds us that the struggle for equality never really ends, and we must always defend everyone's rights.

Рисунок 24 – Наглядный материал к заданию 5

## ПРИЛОЖЕНИЕ 4

### Креолизованный текст к упражнению 8



Рисунок 25 – Наглядный материал к заданию 8

## ПРИЛОЖЕНИЕ 5

### Креолизованный текст к упражнению 9

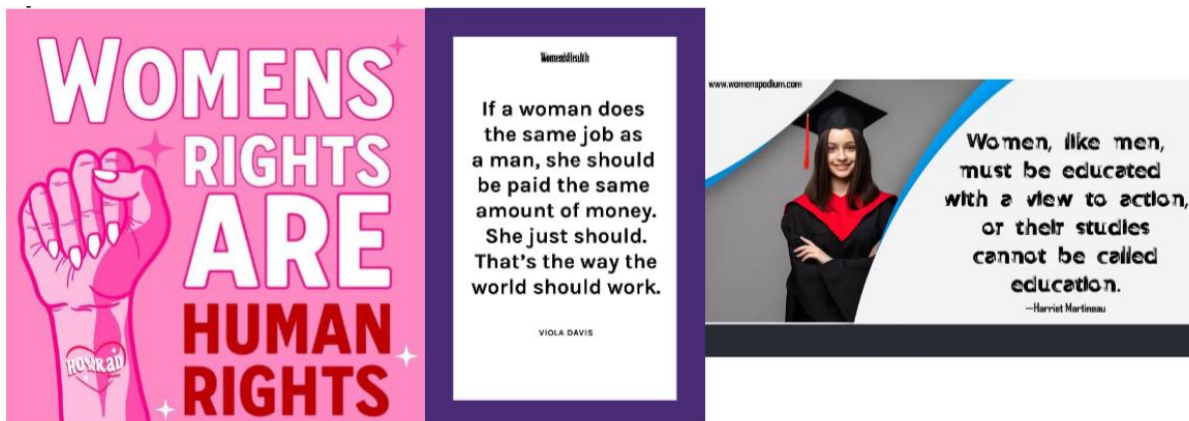


Рисунок 26 – Наглядный материал к заданию 9