

означають обмін (тобто під час спілкування) смислами/ідеями на підтримку національних цілей (тобто стратегічно). Для цього процесу слухання є таким саме важливим, як і транслявання [3, с. 350–351].

За визначенням Холода О. соціально-комунікаційні технології – це система маніпулятивних дій-комплексів, спрямованих на зміну поведінки соціуму [4, с. 9]. Аналіз змісту категорій та основних видів технологій засвідчують, що стратегічні комунікації можуть розглядатись, як прикладна соціокомунікаційна технологія.

Література

1. Доктрина зі стратегічних комунікацій. *Навчально-науковий центр стратегічних комунікацій у сфері забезпечення національної безпеки та оборони* : веб-сайт URL: <http://stratcom.nuou.org.ua/wp-content/uploads/2020/10/%D0%94%D0%BE%D0%BA%D1%82%D1%80%D0%B8%D0%BD%D0%B0-%D0%B7%D1%96-%D1%81%D1%82%D1%80%D0%B0%D1%82%D0%B5%D0%B3%D1%96%D1%87%D0%BD%D0%B8%D1%85-%D0%BA%D0%BE%D0%BC%D1%83%D0%BD%D1%96%D0%BA%D0%B0%D1%86%D1%96%D0%B9.pdf>
2. Доктрина інформаційної безпеки України. *Верховна Рада України* : веб-сайт URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/47/2017#Text>
3. Попова Т. В., Ліпкан В. А. Стратегічні комунікації: [словник] / за заг. ред. В. А. Ліпкана. К. : ФОП О. С. Ліпкан, 2016. 416 с.
4. Холод О. М. Комунікаційні технології : підручник. К. : КиМУ, 2011. 313 с.
5. Hallahan K., Holtzhausen D., Betteke van Ruler, Verčič D. & Sriramesh K. Defining Strategic Communication. *International Journal of Strategic Communication*. Volume 1, 2007. Pp. 3–35 URL: <https://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/15531180701285244>

УДК 007:304:070

КОНЦЕПТОСФЕРА СУЧАСНОЇ ГЕНДЕРНО МАРКОВАНОЇ ПЕРІОДИКИ

М. І. Чорнодон

Концептуальне сприйняття й тлумачення гендерного поняття «жінка», що висвітлюються на сторінках сучасної гендерно маркованої преси в Україні, потребує окреслення полі функціональності гендерних інтерпретацій, досягнення метафоричного сприйняття цього образу та його ролі й призначення в суспільстві.

Цікаво детальніше дослідити гендерну концептосферу через призму видових характеристик концептів. Усі концепти умовно можна поділити на макро- та мікроконцепти або ж іншими словами на концепти-максимуми та концепти-мінімуми. Каркас гендерної концептосфери становлять два концепти, на котрих сконцентровано гендерні відносини в суспільстві – «чоловік» та «жінка», які позначаємо як макроконцепти або концепти-максимуми.

Концепт, концептосфера включають гендерні ознаки, що уможлиблює гендерний підхід для дослідження гендерного контенту сучасної періодики для жінок та чоловіків. Концептуальний аналіз сучасних гендерно маркованих видань у межах гендерної концептосфери дозволяє виявити й співвіднести метагендерні та гендерні концепти, що фігурують у суспільстві.

Дослідниця Л. Василик характеризує концепт-максимум як повне володіння значенням слова, що притаманне звичайному носію мови, якому реалія відома в усьому її обсязі. Такий концепт містить енциклопедичну інформацію, що розширює концепт-максимум за рахунок додаткових знань про об'єкт. Натомість концепт-мінімум означає неповне володіння значенням слова, що притаманне звичайному носію мови, якому відома сама реалія, але вона є начебто периферійною для його життєвої практики.

Висвітлення гендерного концепту «чоловік» як і концепту «жінка» на сторінках видань для чоловіків та жінок відрізняється. Наприклад, у жіночих виданнях чоловік найчастіше описується у взаємостосунках з жінками, лише потім, як професіонал своєї справи, майже не приділяється увага зовнішності чоловіка. Тобто внутрішня суть чоловіка має важливе значення для жінки (за матеріалами журналів). Що ж до концепту «чоловік» на сторінках видань для чоловіків, то саме зовнішності присвячена чимала частина публікацій. Також важливим для чоловіків є правильне харчування, кар'єрний розвиток, успішність, статус у суспільстві. А висвітлення гендерного концепту «жінка» в гендерно маркованій періодиці підтверджує думку, про те що більшість сучасних жінок намагаються проявити себе як у роботі, так і в стосунках з чоловіками, виконуючи різні соціальні ролі. Вони поєднують професійну та сімейну сферу життєдіяльності. Важливим є духовний розвиток жінки як цілеспрямованої особистості, яка намагається підтримувати форму та стежити за своєю зовнішністю. Образ всебічно розвиненої жінки – головний на сторінках сучасних періодичних видань для жінок, що засвідчує аналіз їхнього контенту. Варто зауважити, що у журналах для чоловіків концепт «жінка» є не менш важливим, і реалізується він у контексті «чоловік – жінка», а саме в аспекті роботи, захоплень, відпочинку, стосунків. Концепти «жінка» та «чоловік» співіснують в тісній єдності «чоловік – жінка». Взаємостосунки з протилежною статтю є актуальною темою як для видань для жінок, так і для чоловіків.

В основі гендерної концептосфери функціонують базові гендерні макроконцепти «жінка» й «чоловік», які вживаються у досліджуваній періодиці в різних співвідношеннях в залежності від того, які ролі виконуються жінкою чи чоловіком у суспільстві. І саме від вираженості, вдумливості, відповідального підбору гендерних характеристик, що подаються у гендерно маркованій періодиці формуються сучасні та майбутні гендерні образи, популяризуються уявлення про ідеальних жінок і чоловіків, їхні потреби, можливості, обов'язки у сім'ї, на роботі, й загалом у всіх сферах життєдіяльності а отже формується духовна і психологічна складова суспільства. Саме у журналах для чоловіків підтримується теорія гендерної чоловічої ролі. А у жіночих, навпаки, представниці жіночої статі прагнуть бачити чоловіка більш ніжним, емоційним, спонтанним, здатним на непередбачувані вчинки, що не відповідає теорії гендерної чоловічої ролі, розробленій Дж. Томпсоном і Д. Плеком. Спільним для обох типів видань є те, що гендерні концепти не є відокремленими: концепт «чоловік» згадується в контексті «чоловік – жінка», їхніх взаємостосунків у різних аспектах життя.

Література

1. Василик Л. Є. Світоглядна публіцистика сучасних літературно-художніх видань: концептосфера національної ідентичності. Буква, Чернівці, 2010. 431 с.
2. Gallagher M. I. Gender setting : new agendas for media monitoring and advocacy. WACC, London, 2001. 217 p.
3. Хамітов Н. І. Філософія статі. *Філософська думка*. 6 вересня 2000. С. 35–46.
4. Чухим Н. Д. Проблеми і перспективи феміністичної теорії. *Гендер і культура*. 4 квітня 2001. С. 94–101.

УДК [070:487+741.5]:94(477)«1941/1991»

КОНСТРУЮВАННЯ «ОБРАЗУ ВОРОГА» В КАРИКАТУРАХ: «УКРАЇНСЬКІ БУРЖУАЗНІ НАЦІОНАЛІСТИ» ТА ЇХ СУПУТНИКИ В САТИРИЧНОМУ ЖУРНАЛІ «ПЕРЕЦЬ»

К. М. Родигін

Важливою частиною змісту українського радянського журналу «Перець» була сатира на різноманітних «ворогів радянської влади». В умовах Холодної війни така сатира найчастіше адресувалася країнам Заходу, їх лідерам, представникам і уособленням (див.: [1]). Низка інших «образів ворога» мали ретроспективний характер і стосувалися часів