

2. *Sodipe, L.* Doctored photo of Filipino doctor shared in scam posts touting «weight loss snacks» / Lucille Sodipe // AFP. Fact Check. — URL: <https://factcheck.afp.com/doc.afp.com.32KA4C9> (date of access: 18.11.2024).

3. *Jacob, Sh.* Fact-Checking: A Guide to Online, Automated, and Manual Methods / Sherice Jacob // Originality AI. — URL: <https://originality.ai/blog/fact-checking-guide-to-online-automated-and-manual-methods> (date of access: 18.11.2024).

П.В. Соболев

*Научный руководитель — доктор филологических наук Н.И. Курганова
БГЭУ (Минск)*

МОДЕЛИРОВАНИЕ КОГНИТИВНОЙ СТРУКТУРЫ ОБРАЗА МИНСКА

Актуальность нашего исследования определяется современными тенденциями в лингвистике, которые направлены на анализ языкового сознания и изучение специфики его отдельных компонентов. Кроме того, значимым представляется отслеживание мнения жителей столицы об их городе, поскольку эти данные важны для формирования привлекательного образа Минска как комфортного места для жизни, работы и образования.

В нашей работе мы опираемся на понимание образа как одной из ключевых моделей знания и сознания человека, по своему содержанию и структуре схожей с концептом. Важными свойствами образа являются его многомерность, целостность и означенность [1, с. 44–48].

Цель нашего исследования — моделирование когнитивной структуры образа Минска. Материалом исследования выступили данные, полученные в ходе продолженного ассоциативного эксперимента, который был проведен среди 98 жителей Минска в возрасте от 18 до 35 лет. Ассоциативный эксперимент проводился с ноября 2023 г. по август 2024 г. путем индивидуального анонимного онлайн-анкетирования. Испытуемым было предложено дать пять ассоциатов на слово-стимул «*Минск*». В результате ассоциативного эксперимента было получено 480 ассоциаций.

С целью исследования структурных параметров образа Минска нами было проведено моделирование когнитивной структуры образа-концепта на основе классификации всех вербальных компонентов, полученных на слово-стимул «*Минск*» от молодежи города, что позволило выделить следующие когнитивные слои в структуре образа Минска:

1) МИНСК — ЕГО ОТЛИЧИТЕЛЬНЫЕ СВОЙСТВА И КАЧЕСТВА (147 асс.): а) (77 асс.): красивый 17, многолюдный 7, большой 6, живой 3, молодой 3, культурный 2, родной 2, шумный 2, развитый 2, аупенный, безликий, богатый, быстрый, вайбовый и др. б) (70 асс.): чистота 14, уют/утульнась 7,

движение 4, масштаб 2, спокойствие 2, счастье 2, тепло 2, актив, большое пространство, величие, величина, гостеприимность, и др.;

2) МИНСК — ОБЪЕКТЫ ЕГО ВНУТРЕННЕГО ПРОСТРАНСТВА (109 асс.): метро 18, дом 11, парки 7, университет 6, вокзал 4, центр 4, аквапарк 3, БГЭУ 3, проспект 3, «Дана Молл» 3, зелень 2, «Макдоналдс» 2, пробки 2, архитектура, асфальт, высотки и др.;

3) МИНСК — ВОЗМОЖНОСТИ, КОТОРЫЕ ОН ПРЕДОСТАВЛЯЕТ (70 асс.): возможности 11, работа 7, развлечения 5, жизнь 4, деньги 3, развитие 3, учеба 3, веселье 2, образование 2, удобство 2, большие возможности, будущее и др.;

4) МИНСК — ЕГО ДЕФИНИЦИИ (48 асс.): столица 29, город 4, Беларусь 2 / город-герой 2, мегаполис 2, герой, город-миллионник, Менск, муравейник, родина, родной дом, судьба, центр Беларуси, человек; человек;

5) МИНСК — ОБРАЗНЫЕ СИТУАЦИИ (47 асс.): комфорт 4, одиночество 4 / любовь 3, свет 3, суэта 3, тишина 3, шум 3, атмосфера 2, ветер 2, культура 2, беззаботность, вкусный запах, воздух, история, гордость и др.;

6) МИНСК — ЕГО ДОСТОПРИМЕЧАТЕЛЬНОСТИ (39 асс.): Национальная библиотека 15, Немига/Няміга 13, Зыбичкая 4, достопримечательности 2, площадь Победы 2, Ботанический сад 2, «Ворота Минска»;

7) МИНСК — ЕГО СУБЪЕКТЫ (20 асс.): друзья 5, люди 5, молодежь 3, президент 2, семья 2, девушки, стильные люди, толпа.

Данные когнитивные слои с учетом их наполняемости послужили основой для моделирования когнитивной структуры образа Минска в языковом сознании молодежи города:

Когнитивная структура образа Минска

Ядро: 78 %

1. Свойства, качества города (30,7 %).
2. Объекты внутреннего пространства города (22,7 %).
3. Возможности, предоставляемые городом (14,6 %).
4. Дефиниции города (10 %).

Приядерная часть: 17,9 %

5. Образные ситуации (9,8 %).
6. Достопримечательности Минска (8,1 %).

Периферия: 4,1 %

7. Субъекты города (4,1 %).

Ядро когнитивной структуры образа Минска составляет 78 % от всего содержания поля, приядерная часть — 17,9 %, периферия — 4,1 %. Ведущим слоем в когнитивной структуре является слой «Свойства и качества города» (30,7 %), в качестве центральных слоев выступают: «Объекты внутреннего пространства города» (22,7 %) «Возможности, предоставляемые городом» (14,6 %), «Дефиниции города» (10 %). Приядерная часть (17,9 %) включает в себя слои: «Образные ситуации» (9,8 %), «Достопримечательности Минска» (8,1 %). Периферия

составляет 4,1 % и представлена единичным слоем «Субъекты города» (4,1 %). В целом когнитивная структура образа Минска отличается большой плотностью.

Наше исследование показало, что молодые горожане чаще всего идентифицируют город через призму свойств и качеств города, так как аналогичный слой занимает ведущее место в когнитивной структуре. В ходе концептуализации представлений о городе велика значимость конкретных достопримечательностей и знаковых мест, которые составили второй по плотности слой «Объекты внутреннего пространства города» (22,7 %). Для молодежи важным направлением идентификации города являются также вектор «Возможности, предоставляемые городом» (14,6 %). Таким образом, когнитивная структура образа-концепта Минска характеризуется многослойностью и преимущественно положительной коннотацией.

И с т о ч н и к

1. *Курганова, Н.И.* Образ мира через призму концептов повседневности : монография / Н.И. Курганова. — Минск : РИВШ, 2020. — 200 с.

А. Тармими

*Научный руководитель — кандидат филологических наук М.А. Комарова
БГЭУ (Минск)*

ДИАХРОНИЯ В ВЕРБАЛИЗАЦИИ ФЕМИНИТИВНЫХ СТЕРЕОТИПОВ В РУССКО- И АНГЛОЯЗЫЧНЫХ ЖЕНСКИХ ЖУРНАЛАХ

Гендерные стереотипы, формируемые через медиа, играют ключевую роль в конструировании общественного сознания [1]. Женские журналы, будучи важным инструментом культурной репрезентации, транслируют нормы и ожидания, связанные с женственностью, которые меняются под влиянием исторических, социальных и политических факторов [2]. Изучение диахронии вербализации феминитивных стереотипов в русско- и англоязычных изданиях позволяет выявить механизмы их формирования, устойчивости и трансформации, а также культурно-историческую специфику восприятия гендерных ролей.

Несмотря на активное развитие гендерных исследований, недостаточно изучены долгосрочные тенденции в репрезентации женственности в медиа, особенно в сравнительном аспекте. Существующие работы часто фокусируются на отдельных периодах или культурных контекстах, упуская из виду динамику взаимодействия между стереотипами, социальными изменениями и медиапрактиками. Актуальность исследования обусловлена необходимостью системного анализа эволюции феминитивных стереотипов в женских журналах с 1920-х гг.