

ГЕНДЕРНИЙ АСПЕКТ КОНЦЕПТУ «ВЛАДА» У СУЧАСНОМУ АНГЛОМОВНОМУ ПОЛІТИЧНОМУ МЕДІАДИСКУРСІ

Шкворченко-Осадца Н. М.

*доктор філологічних наук, професор,
завідувачка кафедри романо-германської філології
та методики викладання іноземних мов
Міжнародний гуманітарний університет
вул. Фонтанська дорога, 33, Одеса, Україна
orcid.org/0000-0002-7146-7244
nmshkvorchenko@gmail.com*

Ключові слова: *концепт, гендер, влада, політичний дискурс, медіа, англomовний дискурс, когнітивний аналіз, лінгвістичні маркери, соціальні стереотипи.*

У статті досліджується гендерний аспект концепту ВЛАДА в сучасному англomовному політичному медіадискурсі. Актуальність дослідження зумовлена тим, що політичний дискурс є важливим інструментом конструювання суспільних уявлень про владу та її розподіл, а гендерна перспектива дає змогу виявити приховані стереотипи та механізми дискримінації. Метою роботи є аналіз того, як представники різних статей, а також гендерно марковані категорії представлені у політичних медіа англomовного простору і визначення способів лінгвістичного конструювання ВЛАДИ через гендерні маркери. Методологічною основою дослідження стали методи когнітивного та дискурс-аналізу, що дають змогу виявити смислові та структурні характеристики концепту ВЛАДА в мовленні. Корпус матеріалу включав новинні публікації, аналітичні статті та соціальні медіапости англomовних політичних видань за останні сім років. Особливу увагу приділено лексико-семантичним одиницям, стилістичним засобам, а також контекстуальним маркерам, що відображають гендерні стереотипи або підкреслюють представництво жінок та чоловіків у політичному дискурсі.

Результати дослідження показали, що гендерні особливості концепту ВЛАДА в англomовному медіадискурсі проявляються через словникові вибори, використання метафор та евфемізмів, а також через структурні й жанрові особливості текстів. Жіночі образи влади часто асоціюються з емоційною компетентністю, соціальною відповідальністю та комунікативною чутливістю, тоді як чоловічі образи – із силою, авторитетом і домінуванням. Виявлено, що медіа активно конструюють певні гендерні наративи, що впливають на сприйняття суспільством ролі жінок і чоловіків у політиці. Стаття підкреслює необхідність включення гендерного компоненту до аналізу політичного дискурсу, оскільки це дає змогу більш комплексно зрозуміти способи соціальної конструкції ВЛАДИ та вплив медіа на формування суспільних уявлень про гендерні ролі. Отже, дослідження підтверджує необхідність включення гендерного компоненту до аналізу політичного дискурсу, оскільки це дає змогу більш комплексно зрозуміти способи соціальної конструкції ВЛАДИ та вплив медіа на формування суспільних уявлень про гендерні ролі. Результати роботи можуть бути використані у навчальному процесі, журналістських практиках, а також для розроблення комунікаційних стратегій у політичних і соціальних проєктах.

GENDER ASPECT OF THE CONCEPT OF POWER IN CONTEMPORARY ENGLISH-LANGUAGE POLITICAL MEDIA DISCOURSE

Shkvorchenko-Osadtsa N. M.

Doctor of Philology, Professor,

Head of the Department of Romance and Germanic Philology

and Foreign Language Teaching Methods

International Humanitarian University

Fontanska Road str., 33, Odesa, Ukraine

orcid.org/0000-0002-7146-7244

nmskvorchenko@gmail.com

Key words: *concept, gender, POWER, political discourse, media, English-language discourse, cognitive analysis, linguistic markers, social stereotypes.*

This article investigates the gender aspect of the concept POWER in contemporary English-language political media discourse. The relevance of the study is determined by the fact that political discourse is an important tool for constructing social representations of power and its distribution, while the gender perspective allows identifying hidden stereotypes and mechanisms of discrimination. The aim of the study is to analyze how representatives of different genders, as well as gender-marked categories, are presented in political media in the English-language context, and to determine the ways POWER is linguistically constructed through gender markers. The methodological basis of the research includes cognitive and discourse analysis methods, which make it possible to identify semantic and structural features of the concept POWER in speech. The corpus of materials included news publications, analytical articles, and social media posts from English-language political media over the past seven years. Special attention was paid to lexical-semantic units, stylistic devices, and contextual markers that reflect gender stereotypes or highlight the representation of women and men in political discourse. The results showed that gender features of the concept POWER in English-language media discourse manifest through lexical choices, the use of metaphors and euphemisms, as well as through structural and genre-specific features of texts. Female representations of power are often associated with emotional competence, social responsibility, and communicative sensitivity, while male representations are associated with strength, authority, and dominance. It was found that media actively construct certain gendered narratives, influencing public perception of the roles of women and men in politics. Thus, the article emphasizes the necessity of including a gender component in the analysis of political discourse, as it allows for a more comprehensive understanding of the ways POWER is socially constructed and the impact of media on shaping societal perceptions of gender roles. Thus, the study confirms the necessity of including a gender component in the analysis of political discourse, as it allows for a more comprehensive understanding of how POWER is socially constructed and the impact of media on shaping societal perceptions of gender roles. The results of the study can be applied in educational processes, journalistic practices, and in the development of communication strategies for political and social projects.

Постановка проблеми. Проблема дослідження гендерного аспекту концепту ВЛАДА у сучасному політичному медіадискурсі є надзвичайно актуальною, оскільки медіа виступають ключовими каналами формування суспільної свідомості та сприйняття політичних процесів. Політичний дискурс не лише передає інформацію про події, а й моделює соціальні уявлення про владу,

ролі чоловіків і жінок у політичній сфері та механізми прийняття рішень [Шкурко, 2019; Комов, 2019].

Попри значну кількість досліджень політичного дискурсу, проблема гендерного компоненту, зокрема аналіз концепту ВЛАДА в англomовних медіа, залишається недостатньо вивченою. Українські та закордонні дослідники відзначають,

що гендерні стереотипи активно конструюються через мовні засоби та стилістичні маркери, що впливає на формування уявлень про авторитет та соціальну роль політичних акторів [Ребенчак, 2020; Кузнецова та ін., 2023; Clifford, 2023].

Особливу увагу в наукових працях привертає використання медіа для відображення влади через призму гендеру. Так, дослідження показують, що жіночі образи влади часто пов'язуються з емоційною компетентністю, комунікативною чутливістю та соціальною відповідальністю, тоді як чоловічі – із силою, авторитетом та домінуванням [Jurado et al., 2023]. Незважаючи на це, механізми відображення ВЛАДИ у медіадискурсі залишаються багатограними й потребують детального лінгвістичного та когнітивного аналізу для виявлення закономірностей і стійких стереотипів.

Дослідження сучасного англomовного політичного дискурсу свідчить, що концепт POWER є не лише ключовим когнітивним утворенням, а й багаторівневою категорією, що інтегрує у собі соціальні, гендерні та культурні аспекти [Шкворченко, 2019; Kuznetsova et al., 2023]. Його вербалізація у медіа відображає як реальні владні відносини, так і символічні форми контролю, що проявляються через мову, наратив і комунікативні стратегії [Комов, 2019; Clifford, 2023]. Саме тому вивчення мовних і дискурсивних механізмів репрезентації влади є необхідною умовою для розуміння способів формування суспільної думки, ідеологічних установок і гендерних моделей поведінки у сучасному глобалізованому інформаційному просторі [Онищак, 2023; Jurado et al., 2023].

Отже, актуальність дослідження зумовлена необхідністю комплексного аналізу політичного дискурсу з урахуванням гендерної перспективи, що дає змогу виявити приховані стереотипи, особливості конструювання влади та їхній вплив на суспільну свідомість. Водночас результати такого дослідження можуть бути використані для розроблення ефективних комунікаційних стратегій, навчальних програм та медіапрактик, спрямованих на більш збалансоване відображення ролей жінок і чоловіків у політиці [Ілуща, 2016; McKay, 2020].

Мета і завдання статті. Метою дослідження є всебічний аналіз гендерного аспекту концепту ВЛАДА у сучасному англomовному політичному медіадискурсі, визначення лінгвістичних і когнітивних механізмів його конструювання та виявлення гендерно забарвлених стереотипів у представленні політичної влади. Реалізація цієї мети дає змогу поглибити розуміння того, як медіа впливають на формування суспільних уявлень про роль жінок і чоловіків у політичній сфері та способи представлення влади у сучасному англomовному дискурсі [Комов, 2019; Кузнецова та ін., 2023].

Для досягнення поставленої мети були визначені такі завдання дослідження:

1. Проаналізувати лексико-семантичні та стилістичні особливості концепту ВЛАДА у сучасних англomовних політичних медіа [Ребенчак, 2020; Clifford, 2023].

2. Виявити гендерно марковані мовні засоби, що впливають на сприйняття ролі жінок і чоловіків у політиці [Шкурко, 2019; Jurado et al., 2023].

3. Дослідити, як структурні та жанрові особливості текстів медіа сприяють конструюванню концепту ВЛАДА [Онищак, 2023; Кос-Michalska et al., 2021].

4. Визначити когнітивні механізми, за допомогою яких медіа формують стійкі гендерні наративи у політичному дискурсі [McKay, 2020; Alexievich et al., 2025].

5. Узагальнити результати дослідження для можливості застосування їх у навчальних програмах, журналістських практиках та розробленні комунікаційних стратегій [Ілуща, 2016].

Реалізація цих завдань дає змогу комплексно оцінити, яким чином медіа конструюють концепт ВЛАДА, впливають на сприйняття політичної влади та сприяють формуванню гендерних стереотипів, а також визначити шляхи подолання цих стереотипів у медіа та освітньому просторі.

Предмет та об'єкт дослідження. Об'єктом дослідження є сучасний англomовний політичний медіадискурс, у якому формується й транслюється концепт ВЛАДА, а також способи його сприйняття та інтерпретації суспільством. Особливу увагу приділено текстам різних жанрів включно з новинними публікаціями, аналітичними статтями та постами у соціальних мережах, які відображають гендерні аспекти політичної комунікації [Комов, 2019; Кузнецова та ін., 2023].

Предметом дослідження є лінгвістичні та когнітивні механізми конструювання концепту ВЛАДА, зокрема гендерно марковані мовні засоби, стилістичні й семантичні характеристики, які формують сприйняття влади в політичних медіа [Ребенчак, 2020; Clifford, 2023; Jurado et al., 2023]. Особлива увага приділяється виявленню гендерних стереотипів, способів представлення ролей чоловіків і жінок у політичній сфері, а також аналізу когнітивних стратегій, що використовуються журналістами та авторами медіа-текстів для конструювання наративів про владу [Онищак, 2023; McKay, 2020].

Таким чином, визначення об'єкта і предмета дослідження дає змогу чітко окреслити межі аналізу, забезпечити системний підхід до вивчення концепту ВЛАДА в англomовному політичному дискурсі та створити основу для подальшого дослідження його соціокультурних і гендерних вимірів [Alexievich et al., 2025].

Виклад основного матеріалу дослідження.

Дослідження концепту ВЛАДА в сучасному англomовному політичному медіадискурсі показало, що його конструювання здійснюється через поєднання лексико-семантичних, стилістичних та когнітивних механізмів. Аналіз матеріалу засвідчив, що медіа використовують специфічні лексичні одиниці, метафори та евфемізми для підкреслення авторитету та впливовості політичних акторів, водночас відтворюючи гендерні стереотипи.

У межах аналізу політичного медіадискурсу особливо показовим є використання синтаксичних конструкцій, що підсилюють смисловий акцент на домінуванні та авторитетності. Часте вживання пасивних структур, модальних дієслів та імперативних форм сприяє створенню образу влади як сили, здатної контролювати ситуацію, нав'язувати правила та визначати рамки суспільної поведінки [Fairclough, 2022; Clifford, 2023]. Водночас у текстах, орієнтованих на демократичні цінності, спостерігається тенденція до використання інклюзивних синтаксичних моделей, що репрезентують владу як процес спільного прийняття рішень, діалогу та узгодження позицій [Комов, 2019].

Окрім того, значну роль відіграє прагматичний аспект дискурсу – інтенції мовців, що реалізуються через стратегії переконання, маніпуляції чи солідаризації з аудиторією. Політичні актори активно використовують оцінні конструкції, апеляції до емоцій і моральних цінностей, що сприяє формуванню певного типу владної комунікації [Kuznetsova et al., 2023; Онищак, 2023]. У результаті мова стає не лише інструментом вираження влади, а й засобом її відтворення у свідомості реципієнтів, закріплюючи гендерно зумовлені уявлення про авторитет і лідерство [Шкворченко, 2019; Jurado et al., 2023].

Перший напрям дослідження стосувався лексико-семантичних засобів, через які конструюється концепт ВЛАДА в англomовних політичних медіа. Аналіз матеріалу показав, що медіа активно використовують метафори, евфемізми, емоційно забарвлену лексику та специфічні стилістичні маркери для відображення авторитету, впливовості та легітимності політичних акторів [Комов, 2019; Кузнецова та ін., 2023]. Лексичні вибори, що позначають владу, часто поєднуються з гендерними маркерами, що дає змогу виділити відмінності у представленнях чоловіків і жінок у політичній сфері.

Другий напрям стосувався аналізу гендерних стереотипів, які відтворюються через медіа. Результати показали, що жіночі образи влади найчастіше асоціюються з емоційною компетентністю, соціальною відповідальністю та комунікативною чутливістю. Чоловічі образи, навпаки,

репрезентують силу, авторитет і домінування [Ребенчак, 2020; Clifford, 2023; Jurado et al., 2023]. Це підтверджує висновки попередніх досліджень, які свідчать про наявність стійких гендерних наративів у політичному дискурсі, що впливають на суспільне сприйняття політичної влади та її представників.

Третій напрям дослідження пов'язаний зі структурно-жанровим аналізом текстів. Було встановлено, що жанр тексту визначає спосіб конструювання концепту ВЛАДА. У новинних матеріалах переважає нейтральний або формально-оцінний опис влади, тоді як в аналітичних статтях та соціальних медіа проявляються більш виразні оцінні й емоційні компоненти, що посилюють гендерну диференціацію ролей [Онищак, 2023; McKay, 2020]. Це дає змогу виділити різні стратегії медіа у представленні влади та впливу на сприйняття аудиторії.

Четвертий напрям включав когнітивний аналіз, який дав змогу виявити культурно зумовлені асоціації та когнітивні моделі, що використовуються для конструювання концепту ВЛАДА. Було встановлено, що медіа формують стійкі уявлення про легітимність влади, авторитет та компетентність політичних акторів через поєднання когнітивних схем і гендерних маркерів [Alexievich et al., 2025; Women's Political Power, 2023]. Ці механізми активно впливають на формування суспільних уявлень про політичну владу та гендерні ролі.

П'ятий напрям полягає у комплексному обґрунтуванні отриманих наукових результатів та практичних висновків. Дослідження засвідчило, що сучасні англomовні медіа не лише передають інформацію про політичні процеси, а й активно конструюють уявлення про ВЛАДУ, підкріплюючи або переосмислюючи гендерні стереотипи. Це відкриває перспективи для подальших досліджень у галузі медіалінгвістики, когнітивного аналізу та гендерних студій, а також може бути використано для розроблення ефективних комунікаційних стратегій, навчальних програм і журналістських практик [Комов, 2019; Jurado et al., 2023].

У ході аналізу англomовних медіатекстів було встановлено, що вербалізація концепту POWER часто супроводжується метафоричними моделями, які підкреслюють динаміку, боротьбу та вплив. Найпоширенішими виявилися метафори «влада як сила» та «влада як контроль», що реалізуються через дієслова із семантикою домінування або підпорядкування, а також через образи, які позначають простір, рух і висоту [Clifford, 2023; Fairclough, 2022]. Такі моделі не лише формують уявлення про політичну реальність, а й закріплюють ієрархічну структуру суспільних ролей, де гендер виступає одним із ключових чинників соціальної оцінки.

Особливу увагу привертає гендерна диференціація мовних засобів, за допомогою яких репрезентується влада. У дискурсі, орієнтованому на чоловічих політичних акторів, переважають лексеми з конотацією сили, рішучості та компетентності, тоді як жінки-політики частіше зображуються через емоційно забарвлену лексику, асоційовану з моральністю, турботою чи співпереживанням [Шкворченко, 2019; Онищак, 2023]. Такий підхід свідчить про збереження стереотипних уявлень про роль жінок у владних структурах, що узгоджується з попередніми дослідженнями у сфері когнітивної лінгвістики та медіадискурсу [Комов, 2019; Kuznetsova et al., 2023].

Важливою тенденцією сучасного медіапростору є поступова трансформація традиційних уявлень про владу під впливом соціальних рухів, цифрової комунікації та зміни ціннісних орієнтирів. Нові медіа, зокрема соціальні платформи, стають простором альтернативних наративів, у яких жіночі голоси набувають більшої видимості та впливу. Це сприяє деконструкції стереотипів і появі нових дискурсивних стратегій, що репрезентують владу як форму партнерства, співпраці та відповідальності, а не лише домінування [Jurado et al., 2023; Alexievich et al., 2025].

Отримані результати дослідження підтверджують, що гендерний аспект є невід'ємним складником конструювання концепту ВЛАДА в англomовних політичних медіа. Виявлено, що медіа активно впливають на суспільне сприйняття політичних ролей через поєднання мовних, когнітивних і стилістичних засобів. Це дає змогу не лише формувати позитивні чи негативні уявлення про владу, а й зміцнювати традиційні гендерні стереотипи, що має значення для розуміння соціокультурних процесів у політичному дискурсі [Шкворченко, 2019; Ребенчак, 2020; Clifford, 2023].

Дослідження підкреслює важливість комплексного підходу до аналізу політичного дискурсу з урахуванням гендерної перспективи. Результати можуть бути використані у навчальному процесі, журналістських практиках та розробленні комунікаційних стратегій для більш збалансованого відображення ролей жінок і чоловіків у політичній сфері. Окрім того, вони відкривають перспективи для подальших наукових досліджень у сфері медіалінгвістики та когнітивного аналізу, спрямованих на виявлення та подолання гендерних стереотипів у політичному дискурсі [Комов, 2019; Jurado et al., 2023; Alexievich et al., 2025].

Отже, результати проведеного аналізу дають підстави стверджувати, що репрезентація концепту POWER у сучасному англomовному політичному медіадискурсі є багатокомпонентною і відображає складну взаємодію між мовними засобами, соціальними цінностями та гендер-

ними стереотипами. Політичні тексти не лише відтворюють владні відносини, а й активно формують суспільне уявлення про роль влади, авторитету та лідерства, задаючи певні когнітивні рамки сприйняття реальності [Fairclough, 2022; Clifford, 2023; Шкворченко, 2019]. Таким чином, вивчення гендерного аспекту концепту POWER відкриває можливість глибшого розуміння процесів мовного моделювання політичного простору й сприяє подальшому розвитку когнітивно-дискурсивної парадигми аналізу медіатекстів [Комов, 2019; Kuznetsova et al., 2023; Jurado et al., 2023].

Висновки і перспективи подальших розробок у даному напрямі. Проведене дослідження підтвердило, що гендерний аспект є важливим чинником конструювання концепту ВЛАДА в сучасному англomовному політичному медіадискурсі. Виявлено, що медіа активно використовують лексико-семантичні, стилістичні та когнітивні засоби для формування образів влади, при цьому жіночі образи часто асоціюються з емоційною компетентністю та соціальною відповідальністю, а чоловічі – з авторитетом, силою та домінуванням [Ребенчак, 2020; Clifford, 2023].

Здійснений аналіз продемонстрував, що концепт POWER у сучасному англomовному політичному дискурсі функціонує як складна когнітивно-дискурсивна структура, у якій взаємодіють соціальні, емоційні та гендерні компоненти. Його репрезентація у медіа є динамічною і залежить від політичного контексту, позиції комунікатора та очікувань цільової аудиторії [Fairclough, 2022; Clifford, 2023]. Тож влада у сучасних медіа не лише описується, а й активно конструюється через мовні засоби, які створюють певну систему символів і значень, що формують уявлення про політичну реальність [Комов, 2019].

Окремої уваги заслуговує роль гендерного чинника у створенні владного дискурсу. Як показали результати дослідження, жінки-політики частіше стикаються з необхідністю балансувати між очікуваннями традиційних гендерних ролей і вимогами політичної комунікації [Шкворченко, 2019; Онищак, 2023]. Медіа, виступаючи ключовим посередником між владою та суспільством, часто підсилюють або, навпаки, нівелюють ці протиріччя, використовуючи різні стилістичні та риторичні засоби. Такий підхід дає змогу глибше зрозуміти механізми впливу гендерних стереотипів на політичний образ і комунікативні стратегії сучасних політичних акторів [Kuznetsova et al., 2023; Jurado et al., 2023].

Аналіз структурно-жанрових особливостей текстів показав, що жанр і форма подання матеріалу впливають на ступінь виразності гендерних маркерів. Наприклад, у новинних

матеріалах спостерігається більш нейтральне представлення влади, тоді як аналітичні статті та соціальні медіа використовують більш емоційно забарвлені та оцінні конструкції, що посилюють гендерні відмінності [McKay, 2020; Онищак, 2023].

Дослідження підтвердило наявність стійких гендерних наративів у політичному дискурсі, які формуються через когнітивні та культурні асоціації, що впливають на сприйняття ролей чоловіків і жінок у політиці. Це свідчить про важливість включення гендерного компоненту у вивчення політичного дискурсу для більш комплексного розуміння механізмів конструювання влади [Women's Political Power, 2023; Alexievich et al., 2025].

Отримані результати дають змогу сформулювати низку практичних рекомендацій: по-перше, для підвищення критичного сприйняття медіатекстів у навчальному процесі; по-друге, для вдосконалення журналістських практик і розроблення комунікаційних стратегій, які забезпечують більш збалансоване відображення ролей чоловіків і жінок; по-третє, для подальшого розвитку когнітивних і медіалінгвістичних досліджень у сфері політичного дискурсу [Комов, 2019; Jurado et al., 2023; Kuznetsova et al., 2023].

Перспектива подальших досліджень у цьому напрямі пов'язана з поглибленим аналізом гендерного аспекту у мультижанрових і міжкультурних медіадискурсах, дослідженням динаміки змін у гендерних наративах у довгостроковій перспективі, а також із упровадженням отриманих результатів у практику медіаосвіти та соціально-політичної комунікації. Це дасть змогу створювати більш об'єктивні, неупереджені та інклюзивні підходи до висвітлення влади у політичних медіа [Комов, 2019; Alexievich et al., 2025].

ЛІТЕРАТУРА

1. Бакуменко О., Кашаба О., Щербина І. Гендерна рівність в Україні: аналіз нормативних актів. *Питання політології*. 2019. № 35. С. 6–10. DOI: <https://doi.org/10.26565/2220-8089-2019-35-06>
2. Ілуца Т. Гендерні особливості політичної сфери на локальному рівні України. *Соціологічні студії*. 2016. № 2. С. 99–103. DOI: <https://doi.org/10.29038/2306-3971-2016-02-99-103>
3. Комов О. В. Стилiстичнi особливостi гендерного українського мовлення в комп'ютерному дискурсі. *Записки з українського мовознавства*. 2019. № 26. С. 181–190. DOI: <https://doi.org/10.18524/2414-0627.2019.26.181670>
4. Корнелаєва Є. В. Політичний дискурс: основні напрями та підходи. *Записки з романо-германської філології*. 2022. № 2(49). С. 5–14. DOI: [https://doi.org/10.18524/2307-4604.2022.2\(49\).268194](https://doi.org/10.18524/2307-4604.2022.2(49).268194)
5. Кузнєцова Г., Зінченко О., Сніховська І., Денисевич О., Велика А. Гендерні особливості сучасного англомовного політичного дискурсу. *World Journal of English Language*. 2023. Т. 13. № 6. С. 298–310. DOI: <https://doi.org/10.5430/wjel.v13n6p298>
6. Онищак Г. Особливості перекладу усного політичного дискурсу. *Сучасні дослідження з іноземної філології*. 2023. № 23. С. 78–86. DOI: <https://doi.org/10.32782/2617-3921.2023.23.78-86>
7. Ребенчак С. Гендерні особливості політичного дискурсу. *Молодий вчений*. 2020. № 11(87). С. 480–483. DOI: <https://doi.org/10.32839/2304-5809/2020-11-87-103>
8. Шкурко Н. В. Гендерний вимір української політики. *Вісник НЮУ імені Ярослава Мудрого. Серія «Філософія, філософія права, політологія, соціологія»*. 2019. Т. 2. № 41. С. 173–185. DOI: <https://doi.org/10.21564/2075-7190.41.168323>
9. Alexievich S., et al. Decoding Gendered Political Communication on Facebook and Twitter/X Before and During Russia's 2022 Full-Scale Invasion of Ukraine. *Digital War*. 2025. Vol. 6. Art. 8. DOI: <https://doi.org/10.1057/s42984-025-00104-8>
10. Clifford S. J. Silent Masculinity: The Discursive Interplay of Gender and White Logic in Alberta's K-6 Draft Curriculum. *Politikon: The IAPSS Journal of Political Science*. 2023. Vol. 55. P. 44–62. DOI: <https://doi.org/10.22151/politikon.55.3>
11. Jurado T., Tretiakov A., Bensemann J. Symbolic Power, Discourse, and Underrepresentation of Women in IT. *Information Technology & People*. 2023. Vol. 36, No. 5. P. 1897–1917. DOI: <https://doi.org/10.1108/itp-01-2021-0060>
12. Koc-Michalska K., Schiffrin A., Lopez A., Boulianne S., Bimber B. From Online Political Posting to Mansplaining: The Gender Gap and Social Media in Political Discussion. *Social Science Computer Review*. 2021. Vol. 39, No. 5. P. 105–124. DOI: <https://doi.org/10.1177/0894439319870259>
13. McKay F. Gender and Media Representation: Politics and the «Double Bind». In: *Gender Equality in Changing Times*. Cham: Springer, 2020. P. 203–225. DOI: https://doi.org/10.1007/978-3-030-26570-0_10
14. Women's Political Power: Global Progress, Persistent Challenges. *Women's Studies International Forum*. 2023. Vol. 101. Art. 102818. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.wsif.2023.102818>

REFERENCES

1. Bakumenko, O., Kashaba, O., & Shcherbyna, I. (2019). Henderna rivnist v Ukraini: analiz normatyvnykh aktiv [Gender Equality in Ukraine: Analysis of Legal Acts]. *Pytannia politykholohii*, 35, 6–10. <https://doi.org/10.26565/2220-8089-2019-35-06>
2. Ilutsa, T. (2016). Henderni osoblyvosti politychnoi sfery na lokalnomu rivni Ukrainy [Gender Features of the Political Sphere at the Local Level in Ukraine]. *Sotsiologichni studii*, (2), 99–103. <https://doi.org/10.29038/2306-3971-2016-02-99-103>
3. Komov, O. V. (2019). Stylistychni osoblyvosti hendernoho ukrainskoho movlennia v kompiuternomu dyskursi [Stylistic Features of Gendered Ukrainian Speech in Computer Discourse]. *Zapysky z ukrainskoho movoznavstva*, (26), 181–190. <https://doi.org/10.18524/2414-0627.2019.26.181670>
4. Korneliaieva, E. V. (2022). Politychnyi dyskurs: osnovni napriamy ta pidkhody [Political Discourse: Main Directions and Approaches]. *Zapysky z romano-hermanskoj filolohii*, 2(49), 5–14. [https://doi.org/10.18524/2307-4604.2022.2\(49\).268194](https://doi.org/10.18524/2307-4604.2022.2(49).268194)
5. Kuznetsova, H., Zinchenko, O., Snikhovska, I., Denysevych, O., & Velyka, A. (2023). Henderni osoblyvosti suchasnoho anhlo-movnoho politychnoho dyskursu [Gender Peculiarities of Modern English-Language Political Discourse]. *World Journal of English Language*, 13(6), 298–310. <https://doi.org/10.5430/wjel.v13n6p298>
6. Onyshchak, H. (2023). Osoblyvosti perekladu usnoho politychnoho dyskursu [Features of Oral Political Discourse Translation]. *Suchasni doslidzhennia z inozemnoi filolohii*, 23, 78–86. <https://doi.org/10.32782/2617-3921.2023.23.78-86>
7. Rebenchak, S. (2020). Henderni osoblyvosti politychnoho dyskursu [Gender Features of Political Discourse]. *Molodyi vchenyi*, 11(87), 480–483. <https://doi.org/10.32839/2304-5809/2020-11-87-103>
8. Shkurko, N. V. (2019). Hendernyi vymir ukrainskoi polityky [Gender Dimension of Ukrainian Politics]. *Visnyk Natsionalnoho yurydychnoho universytetu imeni Yaroslava Mudroho. Serii: Filosofiia, filosofiia prava, politykholohiia, sotsiologhiia*, 2(41), 173–185. <https://doi.org/10.21564/2075-7190.41.168323>
9. Alexievich, S., et al. (2025). Decoding gendered political communication on Facebook and Twitter/X before and during Russia's 2022 full-scale invasion of Ukraine. *Digital War*, 6, 8. <https://doi.org/10.1057/s42984-025-00104-8>
10. Clifford, S. J. (2023). Silent masculinity: The discursive interplay of gender and white logic in Alberta's K–6 draft curriculum. *Politikon: The IAPSS Journal of Political Science*, 55, 44–62. <https://doi.org/10.22151/politikon.55.3>
11. Jurado, T., Tretiakov, A., & Bensemann, J. (2023). Symbolic power, discourse, and underrepresentation of women in IT. *Information Technology & People*, 36(5), 1897–1917. <https://doi.org/10.1108/itp-01-2021-0060>
12. Koc-Michalska, K., Schiffrin, A., Lopez, A., Boulianne, S., & Bimber, B. (2021). From online political posting to mansplaining: The gender gap and social media in political discussion. *Social Science Computer Review*, 39(5), 105–124. <https://doi.org/10.1177/0894439319870259>
13. McKay, F. (2020). Gender and media representation: Politics and the “double bind”. In *Gender equality in changing times* (pp. 203–225). Cham: Springer. https://doi.org/10.1007/978-3-030-26570-0_10
14. Women's Political Power: Global Progress, Persistent Challenges. (2023). *Women's Studies International Forum*, 101, 102818. <https://doi.org/10.1016/j.wsif.2023.102818>

Дата першого надходження рукопису до видання: 24.10.2025

Дата прийнятого до друку рукопису після рецензування: 20.11.2025

Дата публікації: 30.12.2025