

УДК 81.11

KATE MIDDLETON'S AND MEGHAN MARKLE'S IMAGE IN THE MEDIA: CORPUS AND PRAGMATIC ANALYSIS

Katasonova Oleksandra

6th year student of the Faculty of Romance and Germanic Philology

Borys Grinchenko Kyiv Metropolitan University

ookatasonova.frgf23m@kubg.edu.ua

ОБРАЗ КЕЙТ МІДДЛТОН ТА МЕГАН МАРКЛ У МЕДІА: КОРПУСНИЙ ТА ПРАГМАТИЧНИЙ АНАЛІЗ

Катасонова Олександра

студентка 6 курсу Факультету романо-германської філології

Київський столичний університет імені Бориса Грінченка

ookatasonova.frgf23m@kubg.edu.ua

*This article presents the study of lexis in the articles about Katherine, Princess of Wales's and Meghan, Duchess of Sussex's relationship history with their husbands. In order to conduct the analysis, the [text analysis software](#) Sketch engine was used, which allows multiple tools, such as corpus-derived summaries, collocation search, keyword extraction, etc. These tools, alongside with the pragmatic analysis, have provided the opportunity to come up with the wholesome portrait of each of both Meghan Markle and Kate Middleton in the media. The purpose of this paper is to study the lexical features and the frequency of use of certain words in the articles published by various media resources, such as BBC, The New York Times, Cosmopolitan, Vogue, Daily Mail, People, etc. to mark the beginning of couples' relationship (90 articles were analyzed). After conducting the corpus analysis, we focused on the verbs used in the articles and structured them with the help of the pragmatic analysis, enabling to see the differences in the linguistic choices of the media, contributing to the social bias regarding these public figures. The pragmatic analysis shows that the articles about both Kate and Meghan share similar assertives (say, know, see, look, think, share, include, keep, accord, use, feel, seem, reveal) and directives (ask, tell, announce, want, meet, follow), however, expressives and commissives differ. Most commonly used expressives in the articles about Katherine include such verbs as enjoy, celebrate, feel, **help**, whereas the expressives in the articles about Meghan are the following: feel, love, celebrate, hope. These difference contributes to the social bias, portraying Kate as the royal family member-to be, who is committed and actively engaged and ready to assist in the first place, whereas in the article's about Meghan, her emotiveness is emphasized and mission alongside with the future duties are overshadowed. Another notable finding concerns the **commissive verbs** used in media coverage. In articles about Katherine, the most frequently used commissives include leave, date, marry, and join, whereas in those*

about Meghan, they are date, work, write, and step. This distinction highlights differences in their backgrounds and the ways their life purposes are framed—Kate's coverage emphasizes relationships and integration into the royal family, while Meghan's focuses more on her professional career and personal initiatives. The findings allow us to trace changes in lexical preferences used by the media to create the primary public images of the women, depicting how one part of speech solely can shape the public portrait of a person.

Key words: *corpus analysis, pragmatic analysis, speech act theory, media discourse, public portrait, biases, Meghan Markle, Kate Middleton*

*Стаття присвячена дослідженню лексики в статтях про історію стосунків Кейтлін, принцеси Вельської та Меган, герцогині Сассекської, з їхніми чоловіками. Для проведення аналізу було використано програмне забезпечення Sketch engine, яке підтримує численні інструменти для проведення корпусного аналізу, такі як перекази на основі корпусу, пошук за словосполученнями, виокремлення ключових слів тощо. Ці інструменти, разом з прагматичним аналізом, уможливили створення повноцінного портрету Меган Маркл і Кейт Міддлтон у ЗМІ. Метою даної роботи є дослідження лексичних особливостей та частоти вживання певних слів у статтях, опублікованих різними медіа-ресурсами, такими як BBC, The New York Times, Cosmopolitan, Vogue, Daily Mail, People тощо, у період початку стосунків між парами (було проаналізовано 90 статей). Після проведення корпусного аналізу ми зосередилися на дієсловах, використаних у статтях, і структурували їх за допомогою прагматичного аналізу, що дозволило побачити відмінності в мовному виборі ЗМІ, який сприяє суспільній упередженості щодо цих публічних діячок. Прагматичний аналіз демонструє, що статті про Кейт і Меган мають схожі асертиви (say, know, see, look, think, share, include, keep, accord, use, feel, seem, reveal) і директиви (ask, tell, announce, want, meet, follow), однак експресиви та комісиви відрізняються. Найчастіше вживаними експресивами в статтях про Кейтлін є такі дієслова, як enjoy, celebrate, feel, **help**, тоді як експресиви в статтях про Меган наступні: feel, love, celebrate, hope. Ці відмінності сприяють виникненню соціальної упередженості, зображуючи Кейт як майбутнього члена королівської сім'ї, яка є відданою, активно залученою та готовою допомагати, тоді як у статтях про Меган підкреслюється її емоційність, а місія разом із майбутніми обов'язками затьмарюється почуттями. Інший вартий уваги висновок стосується комісивів, які використовуються у ЗМІ. У статтях про Кейтлін найчастіше вживані комісиви включають leave, date, marry, та join, в свою чергу, у статтях про Меган серед таких дієслів є are date, work, write, та step. Ця відмінність підкреслює різницю в їхньому походженні та спосіб формування їхніх життєвих цілей —у статтях про Кейт простежується більший*

наголос на стосунках та інтеграції в королівську сім'ю, у той час як Меган статті про Меган відсилають до її професійної кар'єри та особистих ініціатив. Отримані дані дозволяють нам простежити зміни в лексичних уподобаннях ЗМІ для створення первинних публічних образів жінок. Вони також демонструють, як одна частина мови може сформувати публічний портрет людини.

Ключові слова: корпусний аналіз, прагматичний аналіз, теорія мовленнєвих актів, медіадискурс, публічний портрет, упередження, Меган Маркл, Кейт Міддлтон

Вступ. Інтерес публіки до королівської родини неможливо заперечувати, однак цей інтерес примножився з появою нових потенційних принцес на горизонті. Кейт Міддлтон та Меган Маркл миттєво отримали увагу публіки, однак їхнє сприйняття суспільством кардинально відрізнялося з першого дня у медійному просторі. Упередженість в ЗМІ є розповсюдженим явищем, присутнім у всіх виданнях та у всіх типах новин. Цей термін відповідає мовному вибору журналістів при висвітленні певних подій, адже зазвичай цей вибір ґрунтується на існуючих у суспільстві ідеологіях (Zhou, 2022). Така упередженість може бути викрита завдяки аналізу лексичного вибору авторів статей. Одним з найефективніших способів аналізу лексики та підґрунтя для її вживання є корпусний аналіз (McEnery, Hardie, 2012). Такий вид аналізу відбувається за допомоги спеціально розроблених програмних забезпечень, які дозволяють аналізувати шари тексту та отримувати кількісні докази упередженості шляхом визначення ключових слів, найбільш часто вживаних слів, різних частин мови, тощо (Flowerdew, 2023).

Ще одним ефективним інструментом у виявленні упередженості в медіа є прагматичний аналіз, та одне з його відгалужень - Теорія мовленнєвих актів. Ця теорія була започаткована в межах лінгвістичної філософії (Дж.Остін, П.Стросон, Дж.Серль), її головним складником є мовленнєвий акт – мовленнєва пропозиція, наділена комунікативною метою (Nordquist, 2024). За Серлем, у процесі мовлення мовець здатен виконати п'ять типів мовленнєвих актів: асертиви, експресиви, комісиви, декларативи та дірективи (Zaib, Mahmood, 2023). Ця теорія сприяє аналізу кожного слова поза його буквальним змістом та допомагає зрозуміти як кожне слово функціонує під час мовлення (Nordquist, 2024).

Обидва види аналізу довели свою ефективність у виявленні упередженості ЗМІ та висвітленні різниці вербальних портретів Кейт Міддлтон та Меган Маркл у медіа. Корпусний аналіз дозволив виокремити дієслова, що вживались у статтях про обидвох персон, та показати частоту їх вживання, в свою чергу, прагматичний аналіз допоміг класифікувати їх за теорією мовленнєвих актів.

Мета. Проаналізувати статті, що маркують початок стосунків Меган Маркл та Кейт Міддлтон з їхніми чоловіками, виявити упередженість ЗМІ у цих статтях та створити вербальний портрет Принцеси Вельської та Герцогині Сасекської за допомоги корпусного та прагматичного аналізу дієслів.

Результати досліджень. Для проведення дослідження використовувалося програмне забезпечення Sketch Engine. Програма, що проводить аналіз тексту, відображає частоту та контекст вживання слів (Kilgarriff, 2014). Sketch Engine має багато інструментів для аналізу тексту та створення корпусу, одним з них є Word List – функція, що генерує списки слів за частотою вживання (Kilgarriff, 2014). Саме Word List став у нагоді під час проведення цього дослідження.

Спочатку ми створили корпуси на основі статей про Кетрін та Меган окремо та згенерували Word list з вжитих у статтях дієсловах.

verb (1,092 items | 10,457 total frequency)

Verb	Frequency ? ↓	Verb	Frequency ? ↓	Verb	Frequency ? ↓	Verb	Frequency ? ↓
1 be	2,277 ***	14 want	87 ***	27 date	47 ***	40 seem	37 ***
2 have	905 ***	15 announce	87 ***	28 find	47 ***	41 write	36 ***
3 say	225 ***	16 meet	83 ***	29 include	45 ***	42 reveal	32 ***
4 do	222 ***	17 think	74 ***	30 feel	45 ***	43 ask	32 ***
5 go	154 ***	18 share	71 ***	31 join	43 ***	44 put	30 ***
6 make	142 ***	19 give	69 ***	32 accord	42 ***	45 turn	30 ***
7 take	138 ***	20 come	65 ***	33 use	41 ***	46 decide	30 ***
8 get	133 ***	21 leave	64 ***	34 start	41 ***	47 appear	30 ***
9 know	115 ***	22 attend	60 ***	35 keep	41 ***	48 add	30 ***
10 become	108 ***	23 follow	57 ***	36 celebrate	39 ***	49 photograph	29 ***
11 tell	96 ***	24 wear	53 ***	37 work	38 ***	50 watch	28 ***
12 look	93 ***	25 spend	50 ***	38 enjoy	37 ***		
13 see	90 ***	26 marry	48 ***	39 move	37 ***		

Рис.1. Wordlist згенерований на основі статей про Кейт Міддлтон

verb (1,092 items | 10,457 total frequency)

Verb	Frequency ? ↓	Verb	Frequency ? ↓	Verb	Frequency ? ↓	Verb	Frequency ? ↓
1 be	2,277 ***	14 want	87 ***	27 date	47 ***	40 seem	37 ***
2 have	905 ***	15 announce	87 ***	28 find	47 ***	41 write	36 ***
3 say	225 ***	16 meet	83 ***	29 include	45 ***	42 reveal	32 ***
4 do	222 ***	17 think	74 ***	30 feel	45 ***	43 ask	32 ***
5 go	154 ***	18 share	71 ***	31 join	43 ***	44 put	30 ***
6 make	142 ***	19 give	69 ***	32 accord	42 ***	45 turn	30 ***
7 take	138 ***	20 come	65 ***	33 use	41 ***	46 decide	30 ***
8 get	133 ***	21 leave	64 ***	34 start	41 ***	47 appear	30 ***
9 know	115 ***	22 attend	60 ***	35 keep	41 ***	48 add	30 ***
10 become	108 ***	23 follow	57 ***	36 celebrate	39 ***	49 photograph	29 ***
11 tell	96 ***	24 wear	53 ***	37 work	38 ***	50 watch	28 ***
12 look	93 ***	25 spend	50 ***	38 enjoy	37 ***		
13 see	90 ***	26 marry	48 ***	39 move	37 ***		

Рис.2. Wordlist згенерований на основі статей про Кейт Міддлтон

Наступним кроком став прагматичний аналіз дієслів, на основі Теорії мовленнєвих актів. Кожне дієслово було проаналізоване за п'ятьма типами мовленнєвих актів.

За Джоном Остіном, мовленнєві акти поділяються на локутивні (власне акт вимовляння звуків та слів) та іллокутивні (надання цим мовним одиницям значення) (Nordquist, 2024). Саме іллокутивні акти були проаналізовані під час проведення дослідження та поділені за класифікацією Джона Серла (Zaib, Mahmood, 2023). У ході дослідження з'ясувалося, що асертиви, декларативи та директиви в статтях про обидвох постатей не мають разючих відмінностей, що обумовлено функцією статей та позиціонуванням обох жінок (обидві були в статусі партнерок королівських осіб).

Отже, речення з вживанням таких мовленнєвих актів здебільшого є подібними та містять загальну інформацію про історію стосунків двох пар.

“As the pair spent more and more time together, the prince said they found commonalities between them.” (People, 2024)

“We're a couple,” Markle said in the October issue of Vanity Fair.” (Business Insider, 2017)

В обох реченнях авторами статей було вжито найбільш розповсюджений асертив *say* з однаковою метою – передачею цитат мовців.

Ще одним прикладом асертиву, вжитим з однаковою метою, є слово *reveal*. Однак, варто зазначити, що в статтях про стосунки Меган Маркл та Принца Гаррі це дієслово вживалося значно частіше (67 у статтях про Меган проти 32 у статтях про Кейт), що створює враження сильнішого прагнення пари тримати стосунки в секреті.

«Kate Middleton's brother James reveals how the Princess of Wales told him she was marrying Prince William» (Tatler, 2024)

«Prince Harry and Meghan Markle reveal details of how they met» (Hello ,2024)

Директив *announce* був часто вживаним у статтях про обох постатей, адже функцією цих груп статей було повідомлення про початок стосунків пар.

«William, 24, and 25-year-old Kate had been widely expected to announce their engagement and one bookmaker even stopped taking bets on a betrothal earlier this year.» (BBC,2010)

«Buckingham Palace announced that Prince Harry and Meghan would spend the holidays with Meghan's mother.» (People, 2024)

Не зважаючи на подібність способу подачі інформації, деякі відмінності все ж були присутні. В більшості, вони стосувались комісивів та експресивів, а особливо частоти їхнього вживання. Саме цей аспект може бути ознакою упередженості ЗМІ та впливати на соціальне сприйняття постатей.

Найчастіше вживані комісиви в статтях про Кетрін, Принцесу Вельську містять: *leave, date, marry, join, start, work*. Водночас, в статті про Меган, Герцогиню Сасекську ці дієслова є дещо відмінними: *date, work, write, step, move, find*. Цей нюанс може мати вплив на читача та створювати певне враження про обох жінок. Для Кетрін – людини, готової стати частиною

королівської родини, тоді як для Меган – незалежної особистості з яскравим кар’єрним минулим.

Цей висновок підкріплюється прикладами:

«*Kate previously joined William on a family holiday back in 2005, but took great care not to be seen with the royals in front of any cameras*» (Cosmopolitan, 2025) – вжито комісив *join*

«*I'm willing to learn quickly and work hard,*” Middleton told reporter Tom Bradby during their official engagement interview.» (Vogue, 2022) – вжито комісив *work*, у значенні «працювати», виконуючи королівські обов’язки.

«*We were very quietly dating for about six months before it became news, and I was working during that whole time*” (USA Today, 2017) – цитата Меган Маркл. Вжито комісив *date* та *work*, в контексті її особистої кар’єри.

«*Us Weekly wrote that Prince Harry made a top-secret visit to Toronto in October, where Markle was filming her show, and claimed it was*» (Brides, 2024) – вжито комісив *write* (один з найбільш часто вживаних комісивів у статтях про Меган) на позначення втручання журналістів в особисте життя пари.

Значний вплив на сприйняття Меган та Кейт суспільством також мають експресиви. Вибір та частота їх вживання різняться та створюють два полярних образи для жінок. Найбільш часто вживаними експресивами в статтях про Кейт є дієслова *enjoy, celebrate, feel, help, delight*. У свою чергу, цей тип слів у Меган є відмінним: *feel, love, celebrate, hope, enjoy*. Такий вибір експресивів явно висвітлює Кетрін як людину, віддану своїм обов’язкам та задоволену своєю роллю та сприяє образу «ідеальної принцеси» для мешканців Сполученого Королівства, однак акцент на почуттях та, власне, коханні автори статей не ставлять. Водночас, образ Меган є більш романтичним та сфокусованим на почуттях закоханості, ніж на обов’язках що передбачає новий статус жінки. «*Kate, in turn, enjoyed spending time at all of the various family homesteads William brought her to.*» (Enews, 2024) – вжито експресив *enjoy*, найчастіше вживаний експресив у статтях про Кетрін, на позначення її насолоди від проведення часу з королівською родиною.

«*At the time, it felt like a fantastical moment in a real-life fairy tale*» (Vogue, 2022)– вжито експресив *feel*, який також є часто вживаним у статтях про Меган. У контексті почуття щастя та особливості моменту, який проживала Принцеса Вельська.

«*Markle admits that she's dating the prince and says they're "in love"*» (Geo News, 2024) – вжито експресив *love* на позначення готовності та відкритості Меган до розмов про силу романтичних почуттів.

«When you're talking to her, you feel like you're the only person on the planet. And it's just wonderful to see her so in love.» (Vanity Fair, 2017) – вжито експресив *feel* на позначення сильних романтичних почуттів.

Висновки та перспективи досліджень. Не зважаючи на те, що для аналізу була обрана лише одна частина мови, нам вдалося висвітлити упередженість ЗМІ, присутню з перших статей про Принцесу Вельсу та Герцогиню Сасекську в медіа. Попри те, що авторами статей були вжиті схожі асертиви, декларативи та дискриптиви, що обумовлюється схожою метою та загальним тоном статей, різниця вживання експресивів та комісивів дозволяє чітко простежити відмінності у вербальних портретах постатей.

Вибір комісивів та експресивів у статтях про Кетрін, створює враження відданої своїм обов'язкам людини, що прагне та бачить своє щастя у служінні родині та країні. Водночас, у статтях про Принцесу Вельську, відсутній акцент на романтичні почуття, що сприяє створенню дещо відстороненого, піднесеного образу в першу чергу властивого політичним діячам та публічним особистостям. Вербальний портрет Кейт демонструє її як людину, що відчуває щастя та задоволення від допомоги родині свого партнера.

В свою чергу, комісиви та експресиви у статтях про Меган підкреслюють силу її почуттів, та створюють враження її приземленості і простоти, адже почуття закоханості знайомо всім. Водночас, великий акцент стоїть на кар'єрі Меган, її здобутках та професійних досягненнях до початку стосунків. Тоді як мова про виконання обов'язків та допомогу королівській родині майже не йдеться.

Таким чином, корпусний та прагматичний аналіз дієслів демонструє Кейт як людину, щасливу розділити нові обов'язки та стати частиною родини та Меган, як незалжену особистість, що фокусується на кар'єрі та відкрито ділиться своїми сильними почуттями до майбутнього чоловіка. Цей образ, створений на самому початку стосунків, лишається актуальним та підкріплюється новими статтями ЗМІ про цих постатей.

Медіа, безперечно, має помітний вплив на наше сприйняття публічних особистостей, здатність розпізнавати упередженість медіа та мовленнєві прийоми, які автори статей обирають для створення портрету певної постаті є надважливою навичкою з великим потенціалом для подальшого дослідження в межах філології та соціології. Подальші дослідження теми необхідні для виявлення упередженості ЗМІ та впливу, який це явище чинить на суспільство. Варто зазначити, що упередженість ЗМІ існує в статтях на різноманітні теми та формує образи різноманітних політичних та культурних постатей, а отже подальші дослідження цієї теми та шляхів боротьби з нею є необхідністю та мають невичерпний потенціал.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Ірина Семенюк Зюмрютдал. (2023). *Теорії мовленнєвих актів у XXI столітті*. International Science Journal of Education & Linguistics, 2(5), 10–14. <https://doi.org/10.46299/j.isjel.20230205.02>
2. Bickerstaff, I. (2024, September 19). *Kate Middleton's brother James Middleton reveals how the Princess of Wales told him she was marrying Prince William*. Tatler. <https://www.tatler.com/article/james-middleton-reveals-how-the-princess-of-wales-told-him-she-was-marrying-prince-william>
3. Finn, N. (2024, January 9). *How Prince William Got Serious and Started Treating Kate Middleton Like a Queen*. E! Online; E! News. <https://www.eonline.com/news/1036152/how-prince-william-finally-got-serious-about-kate-middleton-and-stopped-putting-their-romance-at-ris>
4. Flowerdew, L. (2023). *Corpus-based discourse analysis*. Routledge eBooks, 126–138. <https://doi.org/10.4324/9781003035244-11>
5. Kashner, S. (n.d.). *Cover Story: Meghan Markle, Wild About Harry!* Vanity Fair. <https://www.vanityfair.com/style/2017/09/meghan-markle-cover-story>
6. Kate Middleton and Prince William's Relationship Timeline. (n.d.). *Peoplemag*. <https://people.com/royals/kate-middleton-prince-william-relationship-timeline/>
7. Kilgariff, A., Baisa, V., Bušta, J., Jakubiček, M., Kovář, V., Michelfeit, J., Rychlý, P., & Suchomel, V. (2014). *The Sketch Engine: ten years on*. Lexicography, 1(1), 7–36. <https://doi.org/10.1007/s40607-014-0009-9>
8. Mabaquiao, N. (2018). *Speech Act Theory: From Austin to Searle*. Augustinian: A Journal for Humanities, Social Sciences, Business, and Education, 19, 35-45.
9. McDermott, M. (2017, September 5). *Meghan Markle finally speaks about dating Prince Harry: "We are in love."* USA TODAY. <https://www.usatoday.com/story/life/entertainthis/2017/09/05/meghan-markle-finally-speaks-dating-prince-harry/632217001/>
10. McEnery, T., & Hardie, A. (2012). *Corpus Linguistics*. Cambridge University Press.
11. Murphy, N. (2024, March 27). *Meghan Markle's inconsistencies with secret Prince Harry first date explained*. HELLO! <https://www.hellomagazine.com/brides/516268/meghan-markle-inconsistencies-secret-first-date-prince-harry-explained/>
12. Nast, C. (2017, February 14). *How Prince William Met Kate Middleton: Their Royal Romance Over the Years*. Vogue. <https://www.vogue.com/article/kate-middleton-prince-william-romance-look-back>
13. Nordquist, R. (2024). *Speech-Act Theory: Definition and Examples*. ThoughtCo. <https://www.thoughtco.com/speech-act-theory-1691986>
14. Prince Harry and Meghan Markle's Relationship Timeline. (n.d.). *Brides*. <https://www.brides.com/story/meghan-markle-prince-harry-relationship-timeline>
15. Prince Harry and Meghan Markle's Relationship Timeline. (n.d.). *Peoplemag*. <https://people.com/royals/prince-harry-meghan-markle-romance-timeline/>
16. Salaky, K. (2018, May 17). *Prince Harry and Meghan Markle: Their relationship timeline*. Business Insider. <https://www.businessinsider.com/are-prince-harry-meghan-markle-still-dating-2017-7>
17. Savin, J., & O'Connor, A. (2020, September 21). *17 photos of Prince William and Kate Middleton before they were married*. Cosmopolitan. <https://www.cosmopolitan.com/uk/reports/a34094357/young-prince-william-kate-middleton-photos-dating-before-married>
18. Zaib, Z., Shah, S. K., & Ilyas Mahmood, M. (3 C.E.). *A Comparative Analysis of Searle's Speech Act Theory and Cohen's Model: An Exploration of the Social Contexts in Which Explicit and Implicit Speech Acts Are Used* [Review]. Journal of Development and Social Sciences, 4(3), 1224–1235. [https://doi.org/10.47205/jdss.2023\(4-III\)114](https://doi.org/10.47205/jdss.2023(4-III)114)
19. Zhou, Z. (2022). *Discourse Analysis: Media Bias and Linguistic Patterns on News Reports*. Advances in Social Science, Education and Humanities Research, 637. <https://doi.org/10.2991/assehr.k.220131.049>