

Отримано: 9 лютого 2019 р.

Прорецензовано: 7 березня 2019 р.

Прийнято до друку: 11 березня 2019 р.

e-mail: yelena123@ukr.net

DOI: 10.25264/2519-2558-2019-5(73)-130-133

Касаткіна-Кубишкіна О. В., Курята Ю. В. Загальні особливості функціонування дескрипторів одягу в англомовному публіцистичному дискурсі. *Наукові записки Національного університету «Острозька академія»: серія «Філологія»*. Острог: Вид-во НаУОА, 2019. Вип. 5(73), березень. С. 130–133.

УДК 811.111 – 133

Касаткіна-Кубишкіна Олена Володимирівна,
кандидат психологічних наук, доцент кафедри практики англійської мови,
Рівненський державний гуманітарний університет
Курята Юлія Вікторівна,
кандидат психологічних наук, доцент кафедри практики англійської мови,
Рівненський державний гуманітарний університет

ЗАГАЛЬНІ ОСОБЛИВОСТІ ФУНКЦІОНУВАННЯ ДЕСКРИПТОРІВ ОДЯГУ В АНГЛОМОВНОМУ ПУБЛІЦИСТИЧНОМУ ДИСКУРСІ

Стаття присвячена дослідженню особливостей дескрипторів одягу представниць королівської сім'ї – Єлизавети II, Кейт Міддлтон та Меган Маркл у медіа текстах та тематичних публіцистичних джерелах (друкованих ЗМІ та Інтернет-ресурсах). Автори досліджують склад лексики моди загалом та одягу зокрема, досліджують когнітивні механізми номінації лексичних одиниць на позначення одягу, окреслюють специфіку експресивної лексики як відмінної характеристики публіцистичного стилю. В статті уточнюється поняття «дескриптор», аналізуються типи дескрипторів одягу та вивчаються тенденції їх використання в сучасних англомовних ЗМІ. На підставі вивчення стратегій і тактик репрезентації особи через дескрипції одягу зроблено висновок про прагматичну значущість останніх у створенні позитивного чи негативного образу особи.

Ключові слова: семантичний компонент, номінація лексичних одиниць, експресивна лексика, конотативний компонент, дескрипція одягу, дескриптор.

Olena Kasatkina-Kubyshkina,

Ph.D in Psychology, Associate Professor of Practice of English Language Department, Rivne State University of the Humanities
Yuliia Kuriata,

Ph.D in Psychology, Associate Professor of Practice of English Language Department, Rivne State University of the Humanities

GENERAL PECULIARITIES OF CLOTHES DESCRIPTORS FUNCTIONING IN ENGLISH PUBLICISTIC DISCOURSE

The article studies the peculiarities of the clothes descriptors in media texts and thematic publicistic writings (printed media and Internet resources) dedicated to the Royal Family. The authors analyze the vocabulary of fashion in general and clothes in particular, consider the cognitive mechanisms of nominating lexical units related to clothes, outline the distinguishing features of expressive vocabulary as a distinctive characteristic of journalistic style. Morphological, internal and occasional derivation, word combinations (up to ten constituents in a word-combination) and borrowings are the nomination devices represented in the fashion vocabulary.

In the nomination of lexical units related to clothes, a variety of cognitive mechanisms, in particular axiological rethinking, analogy, opposition, signposting, copying by linguistic means of extra-verbal reality, assimilation, compression and explicitation are considered to be essential. The concept of "descriptor" is clarified, the types of garments descriptors are analyzed and the trends in their use in modern English-language media are studied. Based on the study of strategies and tactics of representation of a person through the descriptions of clothes they wear, it was concluded that the pragmatic significance of the latter is essential in creating a positive or negative person's image.

Key words: semantic component, nomination of lexical units, expressive vocabulary, connotative component, descriptions of clothes, descriptor, nomination of lexical units.

Сьогодні умови інформаційно-технологічної глобалізації суспільства проявляються і у формуванні світового споживчого ринку моди. Це пояснюємо економічними змінами в країнах, активізацією міжнародних зв'язків, розширенням імпорту та експорту, розвитком міжнародного туризму, доступністю великої кількості інформації, що стосується в тому числі й культури виготовлення та використання одиниць моди. У всіх видах відносин та взаємодій найбільш простим і зручним механізмом ідентифікації особистості є стиль одягу, зовнішній вигляд і манери. В цій ситуації одиниці одягу все більше втрачають техніко-функціональне призначення, набуваючи натомість символічно-демонстративних ознак [6].

При вивченні лінгвальних позначень одягу зусилля мовознавців були спрямовані на дослідження мовних одиниць для назви конкретних предметів вбрання, які вивчалися з позицій номінації та словотвору (Т. В. Винниченко, О. В. Жигалова, Г. М. Коваленко, Г. В. Хмара). Окремі компоненти дескрипції одягу вивчалися як засоби дискурсивної гри мовця й портретного опису персонажа в різних жанрах художнього дискурсу (Т. В. Насалевич, Г. В. Старікова). Емоційно-оцінний аспект публіцистичного стилю досліджували М. М. Пилинський, Н. О. Бойченко, Л. В. Мельник, Г. Б. Мінчак, Н. І. Кочукова та інші. Конотація досліджувалася з лексикологічного (М. А. Жовтобрюх, Л. П. Жаркова, Г. М. Сагач, В. Л. Іващенко), із стилістичного (В. А. Чабаненко, В. С. Ільїн, Л. О. Пустовіт), соціолінгвістичного (В. М. Русанівський, В. А. Чабаненко, О. Г. Тодор), національно-культурологічного (Л. В. Мельник) поглядів. Проте, дослідження особливостей номінації лексичних одиниць на позначення одиниць моди та функціонування дескриптів одягу як засобу комунікативного впливу та їх емоційно-оцінних аспектів в англомовному публіцистичному дискурсі залишається відкритим, що і зумовлює актуальність проблеми.

Загалом, до складу лексики моди (fashion) входять одиниці на позначення предметів одягу, взуття, головних уборів, аксесуарів, зачісок, модних колекцій та назв брендів, тезаурус фешн-індустрії та легкої промисловості. В якості описової лексики у контексті концепту моди найчастіше використовуються слова з оцінними та часовими значеннями, а також широ-

кий спектр колоронімів. Мода на початку XXI століття стосується не лише одягу та різноманітних аксесуарів, а й гаджетів, які в сукупності створюють стиль та імідж.

Лексика моди кінця XX – початку XXI століття містить лексичні одиниці, семантика яких відображає соціокультурні зміни, пов'язані із культурними, економічними, політичними та навіть науковими змінами, що відбувалися протягом цього періоду. Як наслідок, в англомовній комунікативній сфері відбувається поступове витіснення лексичних одиниць французького (та будь-якого іншого) походження, проте виникають нові, власне англійські одиниці [2].

Концепт *fashion* в англійській мові представлений такими синонімічними семантичними компонентами як *style*, *dress* та *clothes*, а також лексемами *look*, *trend*, *vogue*, *pattern*, *way of life*, *design*, *appearance* тощо, які вербалізують його окремі когнітивні компоненти. Одяг виступає індикатором приналежності людини до певної спільноти (професійної чи соціальної), а також виражає культурні, естетичні, релігійні, політичні та філософські уподобання. Одяг, як невербальна форма соціальної символічної комунікації, є зручною мовою як асимілювання, так і дистанціювання. Тому велика кількість чоловічої на вигляд одягу та аксесуарів фемінізується, набуває більш витончених форм, а жіночий одяг, навпаки, стає більш брутальним, переходить у форму унісекс.

У номінації лексичних одиниць на позначення моди загалом та одягу зокрема використовуються такі когнітивні механізми, як аналогія, опозиція, асиміляція, аксіологічне переосмислення, деталізація та компресія та інші.

Проаналізувавши електронні ресурси англомовної публіцистики, можна констатувати, що у сучасній англійській лексиці моди та одягу діють такі засоби номінації:

- деривація: лінійна (морфологічна та зовнішня), нелінійна (внутрішня) та оказіональна, де найпродуктивнішим лінійним засобом словотвору є суфіксація (-er, -ing) на позначення назв одиниць одягу зі значенням “інструмент дії” та “засіб дії” (*loafers*, *skater*, *slippers*, *suspenders*, *influencer*, *colouring*, *coolhunting*, *fitting*, *leggings*, *branding*, *beading mouço*); номінацію представників професій фешн-індустрії та представників модних течій (*furrier*, *ink matcher*, *hipster*, *designer*, *zoot-suiter*, *snappy-dresser mouço*).

Префіксація в англійській лексиці моди широко представлена засобами префіксів *over-*, *under-*, *ultra-*, *hyper-*, *anti-*, *mini-*, *midi-*: *oversized coat*, *overall*, *underwear*, *ultramodern*, *hypersoftness*, *hypercolour*, *anti-fashion*, *minidress*, *microskirt* тощо;

- утворення словосполучень за участю двох твірних основ в лексиці моди (словоскладання), де найбільш сполучуваними є слова *style*, *dress*, *shoes*, *hair*, *skirt*, *coat*, *look*, *pants*, *suit*: *skinny pants*, *pettycoat*, *discotheque dress*, *Chanel suit*, *halter top* тощо, а також деривація іменників із другим елементом *wear*: *clubwear*, *swimwear*;

- запозичення: *anorak*, *sarong*, *tunic*, *kimono*, *bolero*, *stiletto*.

Лексика публіцистики щодо модного одягу не завжди несе інформативний характер і часто є подібною до реклами певної одиниці одягу, промоції: “*The rest of Kate’s outfit was definitely the same as she wore with the Packham dress for the only evening event the royals attended in New Zealand*”; “*The see-through knitted lace dress by Charlotte Todd was originally estimated to fetch £8,000-10,000 when it goes under the hammer but is expected to fetch more because of wide international interest*” [8]. У двох зазначених уривках простежується інформативний характер новин, проте, у двох наступних чітко відчувуються елементи рекламного посилу, заклику до дії: “... *Meghan ... wore a flowing blue dress with frilled sleeves... This silk chiffon dress is believed to cost £3,222... However, if the price tag of this designer piece is a little out of the budget, then replicate this regal look one of our picks below, with prices starting at an affordable £33*” [16]; “... *the wife of Prince William shocked royal fans everywhere when she stepped out in a bright green jumper dress from high end brand Eponine. The dress is available to buy online in a punchy, bubblegum pink, priced at a cool £2,100. However, if you want to be a dream in green like Kate but don’t have a spare 2K, you’ve come to the right place. High street store Zara has a very similar jumper dress, in the same bright tone, for just £29.99. Not bad, right?*” [9].

В даних випадках є очевидним, що автор навмисно або ненавмисно рекламує одяг, застосовуючи назви суконь “Packham” та “Eponine”, дизайнера Шарлот Тод та бренд Zara.

Дескрипцію одягу визначаємо як фрагмент дискурсу, який містить лінгвальне позначення одягу (номінативна одиниця) і його формально-стилістичні, естетико-оцінні властивості (дескриптор). Семантичні, структурні й прагматичні характеристики дескрипції одягу залежать від жанрової специфіки й диференційних ознак того дискурсу, в якому вони вживаються [3].

Мовленнєва експресія у газетно-журнальних жанрах сучасної преси не тільки поживляє виклад, а й створює ефект емоційного впливу на читача, допомагає висловити оцінку певному явищу, факту, дії, сприяє кращому розумінню читачем інформації. В дескрипції одягу адресант підкреслює не тільки його різноманітні властивості – колір (*blue*), стиль (*pinstripe*), виробника (*designer*), а й те враження, яке він створює на доволишніх. “*Duchess Kate looks lovely in a lilac Emilia Wickstead dress at today’s mental health summit in London. She’s worn the soft purple look before, but today she paired in with a small top-handed bag and nude heels; She’s a fashion icon at every event, but the Duchess of Cambridge is often out and about in easy-to-wear outfits that prove sometimes all you need to look put together is a blazer and a comfy pair of wedges*” [8].

Тобто дескрипція одягу в сучасній англомовній публіцистиці характеризується дискурсивною та прагматичною спрямованістю, яка зумовлена жанровою специфікою і диференційними ознаками публіцистичного дискурсу [3].

Як зазначає Навальна М., експресивна лексика має складнішу змістову структуру, ніж лексика нейтральна, бо вона характеризується конотативною семантикою, що створюється за рахунок додаткового макрокомпонента семантичної структури, який вбирає в себе всю інформацію стилістичної, оцінної та емоційної функцій, а найхарактернішим стилем їх прояву залишається публіцистичний [5].

Головною причиною породження мовних знаків, які містять оцінку, на думку Москаленко М.М., є потреба суб’єкту в процесі комунікації виразити своє оцінне ставлення до позначеного. Для сучасної англомовної преси характерна мовно-стилістична специфіка, яка вирізняє її від художньої або наукової літератури, адже більшості вживаного вокабуляру притаманна соціально закріплена позитивна та негативна оцінність. Оцінний елемент мовних знаків входить складовою частиною в денотативний або ж конотативний аспект значення [4].

Емоції, які пробуджують публіцистичні тексти, є одним із найважливіших чинників переробки, усвідомлення та формування ставлення читача, його оцінки певної ситуації. У мові сучасних англомовних ЗМІ можна виділити кілька тематичних

груп, які мають лексичні конотації. До них належать ті, що пов'язані з відомими особистостями та їх поведінкою, стосуються операцій з грошми, із суспільними процесами, дій політичних та державних діячів тощо.

Конотативні компоненти семантики вступають у різні комбінації, найчастіше емоційно-експресивні, емоційно-оцінні, експресивно-оцінні [1]. Й. Стернін зауважує, що емоційний, оцінний та експресивний компоненти часто переплітаються і взаємодіють у значенні слова, а стилістичний компонент, хоч і є частинною конотативного значення, є функціональним [1; 7, с. 32].

Конотативний компонент доцільно розглядати як додатковий елемент лексичного значення, як сукупність емоційного, оцінного, експресивного та стилістично маркованого. Залежно від забарвлення, яке надається слову його додатковим суб'єктивним значенням, конотативна лексика поділяється на позитивно та негативно забарвлену та нейтральну.

Вибір дескриптивної лексики на опис елементів одягу інтенційно або неінтенційно передає інформацію соціокультурного (вікова категорія, соціальний статус, вид діяльності, національність) і особистісного (вподобання та симпатії) характеру про людину, яка його носить, здійснює маніпулятивний вплив на сприйняття певної особи та сприяє формуванню позитивного, або ж негативного іміджу особи. Це особливо очевидно при вивченні у англомовних ЗМІ дескрипторів одягу, що носять представники королівської родини у Великій Британії, наприклад, Єлизавета II, Кейт Міддлтон та Меган Маркл у ЗМІ: *“The brand’s founder Laura Tenison said: “... Meghan’s style is **effortlessly cool**”; “As a global modern woman, she is not afraid to experiment with fashion and that could mean she will wear **more contemporary, edgy maternity wear**”; “... she wore a **£45 Marks & Spencer jumper earlier this year, Meghan has tended to have more expensive tastes than Kate, who was famously seen in a Topshop dress during her pregnancy**”; “She’s going to wear lines that flatter her and maybe **show off her bump**” [10].*

*“The Queen has become known for her **bright and bold hats** which she is often pictured wearing while performing official engagements”;*

*“One of the Queen’s hats became a **hot topic** on social media when she officially opened Parliament last month”; “Using the hashtag #QueensSpeech, many users compared her **floral blue hat** to the EU flag”; “Fans of the Royal Family will not have failed to notice that the Queen’s wardrobe encompasses **all the colours of the rainbow**. She is reported to have once said: “If I wore **beige**, nobody would know who I am”; “Mr Harrold credits the monarch’s personal assistant Angela Kelly for the **bold colours** she often wears while on duty”; “It is said that the Queen wears **bright colours** to ensure members of the public stand the chance of seeing her through the crowds” [11].*

Аристократи, за інформацією журналістів видання Business Insider, не бажають приймати Меган Маркл і відносяться до її персони більш, ніж прохолодно через національність, політичні погляди колишньої актриси і той факт, що вона публічно виступала проти Brexit. На думку експертів, хоча Меган Маркл не сходила з обкладинок журналів весь рік, проте справжнім прикладом для наслідування все ж залишилася герцогиня Кейт. Адже наряди, які герцогиня Кембріджська вибирала, надихнули багатьох жінок у Великобританії. Меган Маркл виявилася другою після Кейт. Її модний вплив на споживачів протягом року не був таким же стабільним, як у герцогині Кембріджської. Залежно від суб'єктивних вподобань репортерів та інтерв'ююваних, варіюють і репліки з позитивним чи негативним змістом дескриптивів: *“She’s an outsider, she’s American, she’s an actress, maybe she’s not as popular, clearly not” [12].*

*“Before even marrying Prince William, Middleton became a **fashion icon**. Markle too has helped the brands she wears sell out within hours but the Duchess of Cambridge is still the royal family’s **top style influencer**”; “The **High Street** is Kate’s thing. I don’t think Meghan’s ever been a **High Street** girl,” said Ms Longmore. “The duchesses have very different styles as Middleton goes for **more classic** looks while Markle sports **trendier** pieces” [13].*

Відстежується дана тенденція і у заголовках статей та відео репортажів: *BBC’s John Humphrys in savage attack over “slob” fashion sense: “Meghan Markle was blasted for her fashion style by BBC presenter...”; “Kate’s new wardrobe: Duchess stuns in **BOLDER** outfits” [14].*

“The Today” presenter says: “Anyone who does not believe women and men are equal is a moron. Equal but different. I have four words to support that view. The first two are “French tuck”. That, I’m told, is the latest fashion trend – wearing your shirt with one half tucked in your waistband, and the other half hanging free... When men do it, it’s because we are basically slobs and we don’t even notice. When women do it (OK – some women), it’s because they want to appear fashionable. Apparently Meghan Markle does it, and you don’t get a greater endorsement of a fashion trend than that...The other two words are “ripped jeans”. And with that, I rest my case” [15].

*“Ms Longmore predicted that, during her pregnancy, Meghan would stick to her favourite designers, such as **Givenchy**, who designed her wedding dress... Her clothes are **very wearable**. They might be **expensive** but they are **pretty easy to emulate**... She said Meghan’s trademark looks, including **tailored jackets, oversized shirts and autumnal colours** could all be picked up for a fraction of the price on the High Street and also translated well to maternity wear” [8].*

Залежно від того, яка саме властивість одягу підкреслюється дескриптором, Кокоза Г.А. виокремлює три типи з них: дескриптори-коловративи, дескриптори-конструктиви, дескриптори-свалютиви [3].

Дескриптори з колірною номінацією можна поділити на прямі (*blue, navy blue, beige, pink, red, khaki, yellow*) та непрямі, тобто такі, що містять метафоричну асоціацію з назвами металів, речовин, флори (рослин та квітів), фауни, географічними локаціями: *amethyst, gold, silver, emerald green, coffee, champagne, chocolate, lilac, lavender, orchid, olive, orange, rose, spring bud, pear, coral, salmon, donkey, flamingo, camel, ivory, jungle-green, pampas, desert sand, burgundy, Byzantium* тощо. Дані дескриптори зазвичай набувають певне символічне значення, викликане подібністю чи суміжністю певного об'єкта або ж явища оточуючого світу з кольором, внаслідок чого при їх використанні для опису елементів одягу виражається ставлення адресанта до особи, про яку йдеться мова, тобто в тексті вони здійснюють прагматичну функцію маніфестації: *“That would not be **royal blue**, would it Kate? ... Her **blue brocade coat and off-white dress** was teamed with **navy heels, a yellow topaz cocktail ring and white hat**” (Daily Mail, 15 Aug. 2009) [3]; “Duchess of Sussex stuns in a **blue Carolina Herrera gown** as she joins her husband for a private meeting with King Mohammed VI” (Daily Mail online, 27 Feb. 2019).*

Засобом вираження позиції адресанта є опис одягу, зокрема дескриптор з колірною номінацією *blue*, який асоціюється з метафоричним кольором королівської крові (*blue blood*), тож використовуючи його та його варіант *royal blue* автори наголошують на доречності / недоречності його використання у костюмних ансамблях Кейт та Меган.

Технічні характеристики одягу представлені **дескрипторами-конструктивами**, які стосуються довжини (*short, knee-length, midi-skirt, maxi dress* тощо), тканини (*wool, tweed, silk, brocade, silk, see-through knitted lace dress, linen, tweed* тощо), виробника (антропоніми *Chanel, Versace, Zara, Givenchy* тощо); топонімів (*Manhattan, High Street* тощо).

Оцінні дескриптори (дескриптори-евалютиви) – це прикметники та лексилізовані словосполучення у певному фрагменті публіцистичного тексту, які позначають оцінку щодо елементів одягу. Дана оцінка може бути зумовленою контекстуально, або ж лексографічно фіксованою в значенні певних мовних одиниць (*effortlessly cool, extremely beautiful, glamorous outfit, dazzling, the picture of laid back elegance* тощо).

Журналісти, описуючі події, часто вживають три типи дескрипторів одночасно: “*The Duchess of Cambridge is the Queen of classic dressing. She loves nude high heels, elegant black dresses, tailored coats and often recycles her favourite pieces. While she does love colour and floral prints, she does tends to stay away from zany colours. However, on Tuesday when she paid a visit to a school in Enfield, the wife of Prince William shocked royal fans everywhere when she stepped out in a bright green jumper dress from high end brand Eponine. The custom-made frock was part of the jumper family – it had a cosy texture, long sleeves, retro front pockets and do you know what? The bright tone almost edged on neon. The dress is available to buy online in a punchy, bubblegum pink, priced at a cool £2,100*” [9].

Отже, в англомовних публіцистичних текстах, присвячених монаршій сім’ї, доцільно визначати два пласти лексики – газетно-нейтральної та оцінної. Загальною рисою більшості дескриптивних лексичних одиниць є їх соціально-оцінне забарвлення, що виражається засобами дескрипторів-коловативів, дескрипторів-евалютивів та дескрипторів-конструктивів. Оцінне відношення до явищ об’єктивної дійсності є невід’ємною властивістю пізнання людини, яка характеризує дійсність з точки зору позитивного чи негативного оцінного характеру на основі загально-національних та соціально-групових критеріїв.

Література:

1. Гайдученко Г. М. Конотативно забарвлена лексика. *Науковий вісник Херсонського державного університету. Серія: Лінгвістика*. 2015. Вип. 24. С. 35–39.
2. Коваленко Г. М. Англійська лексика моди ХХ–ХХІ століть: автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. філол. наук: спец. 10.02.04 «Германські мови». Київ: Київський нац. ун-т. ім. Тараса Шевченка, 2005. 17 с.
3. Кокоза Г. А. Дескрипції одягу в дискурсивно-прагматичному аспекті (на матеріалі сучасної англомовної публіцистики): автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. філол. наук: спец. 10.02.04 «Германські мови». Київ: Київ. нац. лінгв. ун-т., 2011. 20 с.
4. Москаленко М. М., Шкот І. Л. Конотація як засіб вираження оцінки в газетно-публіцистичних текстах. *Наукові записки КНТУ*. 2011. Вип. 11. Ч. 1. С. 239–241.
5. Навальна М. І. Лексичні конотації як експресивний засіб мовлення. Психолінгвістика: [зб. наук. праць ДВНЗ “Переяслав-Хмельницький державний педагогічний університет ім. Григорія Сковороди”]. Переяслав-Хмельницький. 2014. Вип. 16. С. 127–135.
6. Огаренко Т. О. Одяг і мода як символи статусної приналежності. *Гуманітарний вісник Запорізької державної інженерної академії*. 2007. Вип. 31. С. 182–193.
7. Стернин І. А. Проблемы анализа структуры значения слова. Воронеж: Изд-во Воронежского ун-та, 1979. 156 с.
8. BBC News: Kate Middleton’s famous dress for sale. URL: <https://www.bbc.com/news/.../kate-middleton-s-famous-dre...>
9. Hello Magazine: Loved Kate Middleton’s green jumper dress? Zara has the best bargain lookalike. URL: <https://www.hellomagazine.com/tags/kate-middleton>.
10. BBC News: Meghan’s maternity and the fashion brands hoping to strike gold – BBC. URL: <https://www.bbc.co.uk/news/uk-45888396>.
11. BBC News: The Royal Family’s dress code uncovered – BBC News – BBC.com. URL: <https://www.bbc.com/news/uk-40640634>.
12. BBC News: Meghan Markle versus Kate Middleton: Who is more stylish... URL: <https://www.businessinsider.com/meghan-markle-vs-kate-m>.
13. BBC News: Meghan Markle vs. Kate Middleton: Which Duchess is More Popular? URL: <https://www.cheatsheet.com › Entertainment>.
14. Express: Megan Markle dress sense savaged by BBC’s John Humphrys | Royal.. URL: <https://www.express.co.uk › News › Royal>.
15. Daily Mail: BBC presenter John Humphrys, 75, rips into Meghan Markle’s fashion. URL: <https://www.dailymail.co.uk/.../BBC-presenter-John-Humph...>
16. Daily Mail: Meghan Markle Baby News and Updates on Pregnancy... URL: <https://www.dailymail.co.uk/.../meghan-markle/index.html>.