

*Мамич М. В.,  
доктор філологічних наук, доцент,  
завідувач кафедри прикладної лінгвістики  
Національного університету «Одеська юридична академія»,*

## ГЕНДЕРНІ СТЕРЕОТИПИ В ЖУРНАЛЬНІЙ ПЕРІОДИЦІ ДЛЯ ЖІНОК (НА МАТЕРІАЛІ ВИДАННЯ «РАДЯНСЬКА ЖІНКА» / «ЖІНКА»)

**Анотація.** У статті проаналізовано гендерні стереотипи, засвідчені в журналі «Радянська жінка»/«Жінка». Визначено їхню типологію за лексико-семантичними, структурними, виражальними параметрами. Диференційовано ціннісні, поведінкові, діяльнісні, предметні гендерні стереотипи. Сконцентровано увагу на динамічних аспектах змін у соціокультурній конотації засвідчених стереотипів, їхньому співвідношенні зі складниками ціннісної картини світу жінок. Відзначено, що формою вираження гендерного стереотипу можуть бути як окремі лексеми, так і кліше, фразеологізми побутового та офіційно-ділового стилістичного різновидів.

**Ключові слова:** жіночий журнал, гендерний стереотип, мовна свідомість.

Бурхливий розвиток соціолінгвістичних аспектів стилістики пов'язаний з розширенням її взаємозв'язків з комунікативною, прагматичною, гендерною лінгвістикою, психолінгвістикою, генологією, культурологією тощо. Зокрема параметри аналізу текстів спричинюють увагу до засобів вираження мовної поведінки представника статі в соціокультурному середовищі, означеному певними часово-просторовими маркерами, а також до засобів номінування чоловіків чи жінок.

Увага українських дослідників у контексті лінгвістичної гендерології сконцентрована на дослідженні: 1) лексико-фразеологічних і граматичних особливостей мови жінок і чоловіків як репрезентантів певних соціолектів/діалектів (Л. А. Булаховський [1], Л. О. Ставицька [2], О. О. Тараненко [3], О. В. Халіман [4]), 2) особливостей «чоловічого» та «жіночого» словотворення, зокрема й у компаративному плані (А. М. Нелюба [5], А. М. Архангельська [6], К. В. Брігікова [7]), 3) психолінгвістичних аспектів мовної поведінки представників різних статей (О. М. Холод [8]), 4) соціолінгвістичних параметрів сучасного мовного життя з урахуванням аспектів взаємин статей (О. І. Семиколєнова [9]), 5) образних маркерів функціонування концепту «жінка» (Т. М. Сукаленко [10], Н. А. Карпенко [11]), 6) дискурсивних практик письменників як сфери реалізації гендерних вимірів мовної свідомості художника слова, комунікації та номінування об'єктів дійсності (Л. О. Ставицька [12], Т. А. Космеда [13], Л. М. Саліонович [14] та ін.), 7) гендерно маркованої вербальної та невербальної комунікації (Т. Ф. Осіпова [15]) та ін.

Якщо брати до уваги типологію текстів як мовного матеріалу для наукових студій, то впадає в око, що це мова газет, щоденникового, прозового, поетичного дискурсу, фольклору. Уявлення про гендер як символ статі пов'язане з гіпотезою про особливості мовомислення, про розбіжності у ціннісних картинах світу чоловіка і жінки. Саме на цих аспектах гендерних стереотипів наголошують і дослідники мови журнальної публіцистики.

В українській лінгвістиці поки що невелика кількість робіт про мову українськомовних жіночих і чоловічих журналів. Натомість активно опрацьовують цю проблематику в контексті журналістикознавства. У публікаціях О. Ю. Поди [16], М. Скорик [17], О. М. Сушкової [18] та ін. конкретизовано історіографію преси для жінок, визначено основні теми, висвітлювані у виданнях, окреслено гендерні стереотипи у слововживанні, притаманні для преси 20–30-их рр. ХХ століття (жіночі журнали «Коммунистка» (як ідеолог компартії Радянського Союзу в питанні роботи з жіноцтвом у всіх республіках виходить з 1920 р.), «Комунарка України» (друкований орган партійної структури по роботі з жінками в Україні виходить у 1920 р.), «Жіноча доля» (західноукраїнський часопис, у якому відбивалися ідеологічні засади жіночого руху, зокрема, на території Галичини виходить у 1925 р.), «Радянська жінка»/«Жінка» (початок виходу часопису – 1920 р.). У такий спосіб загальний соціокультурний образ жінки вписаний у гендерну характеристику доби, образів-шаблонів, гідних для наслідування сучасницями.

Узагальнений дослідницький матеріал засвідчив, що основна увага зосереджена на вивченні назв жінок за професією, родом заняття, статусом у спільноті в конкретний період історії України, на дослідженні онімної лексики. У зв'язку з цим, на нашу думку, постають нові аспекти подальших досліджень мови журналу «Радянська жінка»/«Жінка» в контексті гендерології: 1) продовження роботи щодо виявлення та опрацювання гендерних стереотипів, сконцентрованих в інформаційних мікрожанрах, жанрах журнального інтерв'ю, гедоністичних мікрожанрах тощо у 50-ті рр. ХХ століття – перші десятиліття ХХІ століття; 2) встановлення типології гендерних стереотипів в українськомовній жіночій періодиці.

Отже, мета дослідження – аналіз основних гендерних стереотипів у мові журналу «Радянська жінка»/«Жінка», досягненню якої сприятиме розв'язання низки завдань: опрацювання мовного матеріалу з погляду встановлення в його змісті, граматичному оформленні, ціннісному наповненні ознак гендерної належності; структурування гендерних стереотипів – лексем, фразеологізмів, афоризмів, висловлень – за семантичними та формальними ознаками; встановлення лексико-тематичних ознак часово-просторової динаміки гендерних стереотипів.

На нашу думку, система гендерних стереотипів, зокрема у поведінці жінки, закріплена в концептуалізованій ціннісній картині світу. Цінності не існують об'єктивно, вони лише об'єктивовані і становлять концептуалізацію бажаного. За шкалою цінностей М. С. Бургіна та В. І. Кузнецова, у першій шкалі – абстрактні властивості (предметні цінності, цінності навколишнього середовища, індивідів, груп, суспільства, людства, логосу), у другій – спрямованість цінностей (самоорієнтовані цінності – ергативні,

біосоціальні; орієнтовані зовні цінності – особистісно-групові, соціально-особистісні, особистісно-загальнонародські, суспільно-групові), у третій – різновиди корисності (тілесні, економічні, соціальні, юридичні, моральні, когнітивні, естетичні, інтелектуальні, професійні) [20: 118–121]. Усі вони мають різні способи вербалізації – словесні, словесно-образні (метафоричні, архетипові), фразеологічні, текстові.

Отже, у журналах «Радянська жінка»/«Жінка» засвідчуємо низку концептуальних моделей стереотипізації образу жінки з так званими «часовими» й «позачасовими» (архетиповими) параметрами. Форма вербалізації тої чи тої концептуальної моделі може бути різною, на це вказуватимемо принагідно. Парадигму основних гендерних стереотипів репрезентує така загальна типологія: ціннісні, поведінкові, діяльнісні, предметні.

Гендерний стереотип як носій національно-культурних традицій, цінностей. Прикладом такої моделі може послужити цитата: *Головне призначення хасидки – одружитися й народити дітей, а здобути освіту, знайти гарну роботу, дбати про успішну кар'єру, – це другорядне. А ще в дівчат у дні святкування Ту бе-Ав є традиція? Вони одягають весільні сукні, танцюють у них і радіють. Так просять собі чоловіка* (Ж, № 10, 2014). Отже, система культурних традицій представлена через номінування характерних обрядодій і формулювання ключових ціннісних орієнтирів.

Гендерний стереотип як носій суспільно-групових цінностей – це, як правило, низка клішованих висловлень ідеологічного спрямування, що найбільше було виражене в публікаціях до середини 80-х рр. ХХ ст. (*Дівчата ж казали – то нагорода всій бригаді. Чи не найбільша радість, яку подарувала нам п'ятірочка, це радість колективної праці, злиття в єдиному пориві тисяч зусиль заради однієї великої мети* (РЖ, № 12, 1975). Така модель стереотипізації образу жінки пов'язана також із живим прикладковим структур на позначення соціального статусу особи (*Героїня мого нарису – молода вродлива жінка, народна артистка УРСР Зінаїда Миколаївна Дехтярьова, дочка одеського робітника* (РЖ, № 7, 1989). Поза ідеологічними канонами в повсякденній мовній свідомості живе стійка асоціація, що свекруха та невістка – вороги, віддалені істоти. Зворотне потрактування таких стосунків містить позитивну конотацію: *Із радістю довідалася, що конкурс «Свекруха +невістка = любов» триває* (Ж, № 9, 2007).

Гендерний стереотип як носій соціально-особистісних цінностей. В аналізованому мовному матеріалі така концептуальна модель цінностей «родина – робота» виражена в характерних побутових та офіційно-ділових кліше: *В особистому житті щоденну радість приносять діти, онуки. Мені цього року присвоєно звання заслуженого працівника сільського господарства. Це почесний додаток до моїх нагород – орден Трудового Червоного Прапора та ордена «Знак Пошани»* (РЖ, № 12, 1975).

Одним із структурних різновидів цього гендерного стереотипу є вторинна номінація. Ось приклади такого уживання: *Адже 70 відсотків тваринників саме вони, ті, кого ми так гречно назвали «прекрасною статтю» і з ким поводимося зовсім не гречно* (Ж, №11, 1999); *Та мої маленькі господині привчені до домашньої роботи, допомагають мамі, і чоловік, теж робітник, допомога мені в усьому* (РЖ, № 12, 1975) тощо.

Засобом вираження гендерного стереотипу – поведінкового ідеалу може бути певна вторинна номінація з арсеналу «жіночої лексики». Такою є, наприклад, назва *принцеса*. Пор. висловлен-

ня: *Яка дівчина не мріє прокинутися вранці в прекрасному замку, в ролі чарівної принцеси? Для юної Софії мрія стала дійсністю, і невдовзі маленька дівчинка з тихої провінції стала справжньою принцесою* (Ж, № 10, 2014). Звичайно, у контексті часових параметрів стереотипізації жіночої поведінки такий концепт є набуток новітньої доби – кінець 90-х років минулого століття і наші дні. Мовний матеріал жіночої періодики унаочнює часову градацію таких гендерних стереотипів: прагнення до краси, зовнішньої охайності та чистоти прийшло на зміну усталеним за попередні десятиліття публіцистичним кліше «самовідданість», «чесність», «товариськість», «родинність» (*Звичайно, організація праці, товариські взаємини у колективі, злагода в сім'ї – все багато важить. Але людська самовідданість, чесність в роботі... Від них – теж наші успіхи* (РЖ, № 12, 1975). Щоправда, журналісти видання не відсторонюються від популяризації високих позитивних ідеалів, пов'язаних із заохоченням енергійності, діяльності, відповідальності, пор. цитату із інтерв'ю: *Тетяно Вікторівно, на завершення не можу не запитати: звідки Ви черпаете натхнення та енергію? Видно, що Ви не просто працюєте, а живете потребою змін, спонукаєте до цього усіх, хто поруч... – Дякую за добрі слова. Гадаю, всім читачам «Жінки» добре відомо, звідки у нас, жінок, енергія та натхнення. Від любові та родини. Від бажання бачити плоди праці. А чому? Тому що небайдужість і любов, відповідальність за майбутнє – це те, що рухає нами й змушує шукати тих, хто потребує підтримки, бо всі ми маємо право жити у мирі й свободі* (Ж, № 7, 2007).

Ще один різновид поведінкового гендерного стереотипу – фразеологічні висловлення на зразок: *Жінки мусять робити те, що мусять, а чоловіки хочуть робити те, що хочуть. Чоловіка важко змусити робити те, чого він не хоче. А жінка, навіть коли не має бажання щось робити, швидше себе змусить і зробить непогано. Тут спрацює той самий момент стабільності й консерватизму* (Ж, № 11, 1999); *Марина й зараз не втрачає оптимізму: «Все одно, незважаючи на суцільні дефіцити і дорожнечу, буду про маму говорити устами свого чоловіка: «Не буває поганих тещ, є погані зяті»* (Ж, № 5, 1992) і под.

Як жіночий стереотип кваліфікуємо образ сну, до якого апелює жінка-спортсменка, оповідаючи про переживання перед змаганнями. Адже відомо, що саме жінки особливо схильні прислухатися до власних снів та наділяти їх особливими властивостями, пор.: – *Юлю, тобі нічого не снилося напередодні фінального турніру?.. – Снилось, але раніше, – відразу після кваліфікації. Наснилось, що я не лише нічого не виграла, а навіть не пройшла до головного фіналу і не змагалася за медалі. Й так мені стало кривдно!* (Ж, № 10, 2014).

Як вже не раз вказувалося вище, в утриманні тої чи іншої моделі концептуальних цінностей велику роль відіграють оцінні засоби – епітети. Вони утворюють характерну аксіологічну парадигму, систему гендерних епітетних стереотипів, за ними в кожний конкретний відрізок часу на вісі історії суспільства і мови зберігається конкретне змістове наповнення. Епітети – засоби стереотипізації ідеалів зовнішності, інтелекту, способу поведінки: *Я слухала цю енергійну, розумну жінку, а в мозок закрадалася думка. Який же парадокс. Героїня мого нарису – молода вродлива жінка, народна артистка УРСР Зінаїда Миколаївна Дехтярьова, дочка одеського робітника* (РЖ, № 7, 1989), *Вони [жінки. – М. М.] незамінні на своїх робочих місцях, сумлінні, відповідальні* (Ж, № 9, 2007).

Крім епітетів, велике навантаження на стереотипізацію позитивних рис жінок припадає на абстрактні іменники на зразок: *Однією з характерних рис Надії Костянтинівни була надзвичайна скромність, душевність, чуйність* (РЖ, № 2, 1969); *Саме завдяки бабусі я маю такі досягнення, як граціозність, розкутість, жіночність*. Донині вдячна їй за те, що тримаюся і поводжуся цілком природно, – підсумовує Марина (Ж, № 5, 1992).

Такі гендерні аксіологічні стереотипи закріплені в журнальній періодиці і як наскрізні засоби репрезентації позитивно конотованого ореолу культурних особистостей, напр., про *Оксану Петрусенко – практичність, безпосередність, емоційність, загадкова* (Ж, № 10, 1996); про *Олену Телігу – діяльна, енергійна, цілеспрямована* (Ж, № 5, 1995); про доктора фізико-математичних наук *Тамару Стрижак – замріяна, працелюбна* (Ж, № 5, 1995).

В окресленні, утриманні в мовній свідомості читачів видання архетипових цінностей важливу роль відіграють прикладкові моделі гендерних стереотипів на зразок *жінка-матір, жінка-трудолюбивця, жінка-вчитель, жінка-лікар*, а також низка аксіологічних епітетів, клішованих позитивно конотованих зворотів: *– Якою Ви бачите роль жінки-матері, жінки-вчительки у нашому суспільстві? – Я б її бачила мудрою-мудрою, терплячою, розумною і ніжною, щоб кожна дитина, незважаючи на те, чи вона сирота, чи вона має батьків, від дотику материнської руки (нехай вона загрубіла, вироблена) відчула таке тепло, від якого висохли б сльози, розтанули б холод і біль. Такою бачу матір. Думаю, що оцей образ нашої гордої матері-виховательки багато може зробити і зможе стільки посіяти добра, яке дасть нам добрий врожай!* (Ж, № 9, 2007); *Наталю Петрівно, кожна жінка – домашній лікар. Жінка – це сімейна злагода, тепло, якого вистачає на всіх членів родини. Вона і домашній лікар, бо найпершу медичну допомогу, як кажуть, не дай Бог чого, сім'я одержує з рук жінки* (Ж, № 5, 1992) і под.

Такі означальні стереотипи ще кваліфікують як гендерні ролі, які розподіляють за кількома параметрами: «1) жінка та соціум («жінка – це талановита особистість» (Ж, № 1, 2010); «жінка – це сеньйора» (Ж, № 3, 2010); «жінка – це митець» (Ж, № 4, 2010); 2) жінка і чоловік («жінка – це цілеспрямована вродливця» (Ж, № 1, 2010); «жінка – це кохана людина» (Ж, № 4, 2010); «жінка – це насамперед особистість, а не об'єкт для задоволення статевого потягу» (Ж, № 5, 2010); «жінка – це слабкість чоловіка» (Ж, № 5, 2010); 3) жінка і духовність («жінка – це муза» (Ж, № 2, 2010); «жінка – це жива справжня богиня» (Ж, № 5, 2010); «жінка – це коштовність» (Ж, № 5, 2010); «жінка – це ангел» (Ж, № 6, 2010); «жінка – це найкоштовніший скарб» (Ж, № 10, 2010); 4) жінка та сім'я («жінка – це годувальниця» (Ж, № 1, 2010); «жінка – це берегиня козацького роду» (Ж, № 4, 2010); «жінка – це мати» (Ж, № 4, 2010); 5) жінка і краса («жінка, то краса, а краса – то сума любові й самоповаги» (Ж, № 8, 2010) [19: 107].

Як вже зазначалося вище, історіографи жіночих журналів першої третини ХХ століття, частково – до початку 60-х рр. минулого століття вже провели значну роботу щодо виявлення основних номінацій осіб жіночої статі за професією, соціальним станом, які характерні для публікацій [16]. Героїнями таких матеріалів були, наприклад: Марія Лисенко, Герой Соціалістичної Праці, голова колгоспу «Соціалістична перемога» Київської області (РЖ, № 4, 1950); Наталя Кохан, бригадир складальниць піддонів мартенівського цеху № 3 заводу ім. Петровського (РЖ, № 2, 1951); Марія Чуртапова, старша кранівниця Одесь-

кого порту (РЖ, № 11, 1952); Мотря Чеченко, голова колгоспу ім. Тельмана Сумської області (РЖ, № 9, 1953) та ін. [21: 90]. Ці ж гендерні стереотипні кваліфікації жінок за способом і сферою діяльності характерні й для публікацій 60-х років: *Ольга Радевич, ударниця комуністичної праці, кращий токарь Хмельницького заводу «Трактородеталь» і Зінаїда Демчук, передова доярка колгоспу імені Островського Городецького району зустрілись на сесії Верховної Ради України. Вони обидві – члени парламенту республіки, люди, яких звеличила і прославила самовіддана праця* (РЖ, № 9, 1969).

Жіноча журнальна публіцистика зберігає й гендерні предметні стереотипи – концепти повсякденно-побутової культури. Один із таких – *хліб*, з яким у героїні нариса асоціюється образ бабусі: *З пам'яті мого дитинства виринає усміхнене обличчя бабусі: це хвилинка чи дві – вийматиме з печі Хліб! Радитимемо і ми, що паляниці вдалися – з рум'яними гребінцями! [...] Справа та була для наших бабусь звичною. Бралися до неї, як правило, у п'ятницю – той день одвіку вважався «жіночим», коли найважливіша робота господині неодмінно вдасться. А ми з нетерпінням чекали, коли ж то вже, нарешті, бабуся скаже: «Атож, з хлібом і пісня милиша, і хата тепліша» – після тих слів уже можна було винагороджувати себе за довге чекання...» (Ж, № 8, 1992).*

Отже, українськомовний жіночий журнал «Радянська жінка»/«Жінка» впродовж своєї історії утримує закріплені в мові архетипові, ціннісні, поведінкові стереотипи, що відбивають сталі і часово змінні в образі жінки.

#### Література:

- Булаховський Л. Вибрані праці: в 5 т. К.: Наук. думка, 1975. Т. 1: Загальне мовознавство. С. 293–296.
- Ставицька Л. «Чоловік (мужчина)» у концептосфері української фразеології. Мовознавство. 2006. № 2–3. С. 118–129.
- Тараненко О. Принцип андроцентризму в системі мовних координат і сучасний гендерний рух. Мовознавство. 2005. № 1. С. 3–5.
- Халіман О. Гендерно забарвлені синтаксичні фразеологізми «хтось (ім. чол. роду) у спідниці», «хтось (ім. жін. роду) у штанях». Космеда Т., Карпенко Н., Осіпова Т., Саліонович Л., Халіман О. Гендерна лінгвістика в Україні: історія, теоретичні засади, дискурсивна практика: кол. моногр. Х.: ХНПУ ім. Г.С. Сковороди; Дрогобич: Коло, 2014. С. 138–145.
- Нелюба А. Інноваційні зрушення й тенденції в українському жіночому словотворенні. Лінгвістика: зб. наук. праць. Луганськ, 2011. Вип. 23. С. 137–146.
- Архангельська А. «Чоловік» у слов'янських мовах. Рівне, 2007. 448 с.
- Брітківа К. Узуальне та okazіональне в інноваціях сучасної української мови: тенденції оновлення лексико-словотвірної категорії особи: автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. філол. наук: спец. 10.02.01 – «Українська мова». Х., 2007. 19 с.
- Холод О. Мовленнєві картини світу чоловіків і жінок: збірн. наук. праць: у 10-ти т. Кривий Ріг, 2008. Т. 1: Психолінгвістичні статті. С. 115–379.
- Семиколенова О., Шиліна А. Гендерний аспект сучасної мовної політики (міжнародний досвід і українська перспектива). Мовознавство. 2006. № 4. С. 32–40.
- Сукаленко Т. Метафоричне вираження концепту ЖІНКА в українській мові. К.: Вид. Дім Дмитра Бураго, 2010. 240 с.
- Карпенко Н. Лінгвокреативна діяльність П. Загребельного: концепт ЖІНКА в дискурсивній практиці письменника крізь призму його гендерної свідомості. Космеда Т., Карпенко Н., Осіпова Т., Саліонович Л., Халіман О. Гендерна лінгвістика в Україні: історія, теоретичні засади, дискурсивна практика: кол. моногр. Х.: ХНПУ ім. Г.С. Сковороди; Дрогобич: Коло, 2014. С. 287–382.

12. Ставицька Л. Гендерні виміри невербальної комунікації у художньому тексті. Культура народів Причорномор'я: науч. журнал. 2004. Т. 1. С. 146–148.
13. Космеда Т. Комунікативна компетенція Івана Франка: міжкультурні, інтерперсональні, риторичні виміри. Львів: ПАІС, 2006. 328 с.
14. Саліонович Л. Дискурс Івана Франка у вимірах гендерної лінгвістики: автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. філол. наук: спец. 10.02.01 – «Українська мова». Х., 2012. 20 с.
15. Осіпова Т. Гендерно марковані комунікативні стратегії й тактики у вербальній і невербальній комунікації Космеда Т., Карпенко Н., Осіпова Т., Саліонович Л., Халіман О. Гендерна лінгвістика в Україні: історія, теоретичні засади, дискурсивна практика: кол. моногр. Х.: ХНПУ ім. Г.С. Сковороди; Дрогобич: Коло, 2014. С. 174–226.
16. Пода О. Гендерні студії в журналістикознавстві (до постановки проблеми). Журналістика: наук. збірник / за ред. Н. Сидоренко. К.: Ін-т журналістики Київ. нац. ун-ту ім. Т. Шевченка, 2008. С. 132–149; Пода О. Жіноча сторінка в газеті як канал гендерної комунікації влади. Держава і регіони. Серія: Соціальні комунікації. 2010. № 2. С. 150–154.
17. Скорик М. Методологічні проблеми гендерних досліджень мас-медіа. Журналістика: науковий збірник / за ред. Н. Сидоренко. К.: Ін-т журналістики Київ. нац. ун-ту ім. Т. Шевченка, 2008. С. 149–161.
18. Сушкова М. Розвиток преси для жінок у Східній Україні (I половина XX століття). Вісник СумДУ. 2006. Вип. 3(87). С. 24–28.
19. Чорнодон М. Визначення гендерних концептів «жінка» та «чоловік» на сторінках сучасної періодики в Україні. Держава та регіони. Сер. «Соц. комунікації». 2012. Вип. 3. С. 106–110.
20. Бургин М., Кузнецов В. Аксиологические аспекты научных теорий. К.: Наук. думка, 1991. 184 с.
21. Пода О. Героїня часу в журналі «Радянська жінка» 50-х рр. XX ст.: гендерні елементи в тематичному полі біографії. Держава та регіони. Серія: «Гуманітарні науки». 2008. № 4. С. 88–95.

**Використані джерела:**

Жінка / [гол. ред. Л. Ю. Мазур]. – К. : Преса України, 1992, 1995, 1996, 1999, 2007, 2010, 2014.  
 Радянська жінка / [гол. ред. у різні роки Н. А. Приходько, Г. А. Литвинова]. – К. : Радянська Україна, 1950, 1951, 1952, 1953, 1969, 1975, 1989.

**Список скорочень:**

Ж – Жінка  
 РЖ – Радянська жінка

**Мамич М. В. Гендерные стереотипы в журнальной периодике для женщин (на материале издания «Советская женщина» / «Женщина»)**

**Аннотация.** В статье проанализированы гендерные стереотипы, зафиксированные в журнале «Советская женщина»/«Женщина». Определена их типология по лексико-семантическим, структурным, выразительным параметрам. Дифференцированы ценностные, поведенческие, деятельностные, предметные гендерные стереотипы. Сконцентрировано внимание на динамических аспектах изменений в социокультурной коннотации зафиксированных стереотипов, их соотношение с составляющими ценностной картины мира женщин. Отмечено, что формами выражения гендерного стереотипа могут быть как отдельные лексемы, так и клише, бытовые и официально-деловые фразеологизмы.

**Ключевые слова:** женский журнал, гендерный стереотип, языковое сознание.

**Mamych M. Gender stereotypes in periodicals magazines for women (based on publication “Soviet woman”/ “Woman”)**

**Summary.** The article deals with gender stereotypes found in the magazine «Soviet woman»/»Woman». Their typology by lexical-semantic, structural, expressive parameters was determined. The value of gender stereotypes, behavioral gender stereotypes, active gender stereotypes and objective gender stereotypes was differentiated. Attention was concentrated on dynamic aspects of changes in the socio-cultural connotations of found stereotypes, their correlation with the components of the women's value world view. It was noted that gender stereotypes can be expressed by separate lexemes as well as clichés and both formal and informal phrasemes.

**Key words:** women's magazine, gender stereotypes, language awareness.