

УДК 81'27'366:[316.647.8-055.1]

**GENDER STEREOTYPES IN PERIODICAL MAGAZINES FOR WOMEN  
(BASED ON PUBLICATION «SOVIET WOMAN» / «WOMAN»)**

**Myroslava Mamych**

*National University «Odessa Law Academy»  
vul. Henerala Petrova, 49 / 22, Odessa, 65072, Ukraine  
miroslavamiro@mail.ru*

The article deals with gender stereotypes occurring in the magazine «Soviet Woman» / «Woman» which were determined by the typology of lexical-semantic, structural and expressive parameters. The paper differentiates the value of gender stereotypes (bearers of national cultural traditions, social group and personal values, axiological qualification parameters for the roles of women in society (epithet, apposition), behavioral gender stereotypes, active gender stereotypes and objective gender stereotypes. Attention was concentrated on dynamic aspects of changes in socio-cultural connotations of stereotypes and their correlation with the components of women's value worldview. It has been noted that the form of expression of gender stereotypes includes separate tokens and clichés as well as phraseological units pertaining to everyday and official stylistic varieties.

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

Rapid development of sociological aspects of stylistics is associated with the expansion of its interrelationship with communicative, pragmatic and gender linguistics, psycholinguistics, henology, culture studies and other disciplines. Particular parameters of text analysis pay attention to the means of expressing verbal behavior of gender in social and cultural environment, which are conditioned by certain time and spatial markers.

Ukrainian researchers' attention to aspects of linguistic gender studies is concentrated on the study of: 1) lexical, phraseological and grammatical features of language of men and women as representatives of certain social dialects (L. A. Bulakhovskyi [1], L. O. Stavvytska [2], O. O. Taranenko [3], O. V. Khaliman [4]); 2) features of «male» and «female» word formation including their characteristics in comparative terms (A. M. Neluba [5], A. M. Arkhanshelska [6], K. V. Britikova [7]); 3) psycholinguistic aspects of linguistic behavior of different sexes (O. M. Holod [8]); 4) sociolinguistic parameters of modern life taking into account linguistic aspects of relations between sexes (A. I. Semikolyenova [9]); 5) figurative markers of «woman» concept functioning (T. M. Sukalenko [10], N. A. Karpenko [11]); 6) discursive writing practices as a sphere of realizing gender parameters of writer's linguistic consciousness, communication and nomination of reality (L. O. Stavvytska [12], T. A. Cosmeda [13] , L. M. Salionovych [14] and others); 7) gender-marked verbal and nonverbal communication (T. F. Osipova [15]) and others.

Taking into account the typology of texts as language material for academic studies, it is evident that it includes the language of newspapers, diaries, prose, poetic discourse and folklore. The concept of gender as symbol of sex is linked with the hypothesis on features of linguistic mentality of speakers and differences in worldview values. These aspects of gender stereotypes are emphasized by the researchers of language in magazine journalism.

There are few studies on Ukrainian women and men magazine language in the Ukrainian linguistics. Meanwhile, these issues are elaborated in the context of journalism. The publications by O. Y. Pody [16], M. Skoryk [17] and O. M. Sushkova [18] specify the historiography of press for women. These papers outline gender stereotypes in discourse of the press of the 20–30s of the twentieth century (women's magazines «Komunistka» (ideologue of the Communist Party of the Soviet Union designed for working women in all republics, which was initiated in 1920), «Kommunarka of Ukraine» (organ of the party structure on work with women in Ukraine was first published in 1920), «A Woman's Destiny» (magazine which reflected the ideological foundations of women's movement, particularly in Halychyna, first published in 1925) and «Soviet Woman» / «Woman» (50s of the twentieth century)).

General research material demonstrates that it is worth focusing the study on woman's profession and occupation, her status in community at a particular period of Ukraine's history, as well as on its vocabulary. With regard to these remarks, it has been decided to concentrate on new aspects of research in gender studies related to language in magazine «Soviet Woman» / «Woman» and to distinguish the following aims: 1) to continue working on identification and study of gender stereotypes concentrated in information micro genres, genres of magazine interview and hedonistic micro genres in the 50s of the twentieth century – the first decade of the ninetieth century; 2) to establish a typology of gender stereotypes in female periodicals.

Thus, the purpose of the present research is to analyze key gender stereotypes in the language of «Soviet Woman» / «Woman» magazine, which will contribute to solving a number of tasks: processing of linguistic data with the aim of tracing the elements of gender affiliation in content, grammatical arrangement and value characteristics; structuring of gender stereotypes into lexemes, phraseology, aphorisms, and statements in accordance with semantic and formal features; establishing of lexical and thematic features of gender stereotype time and spatial dynamics.

In our opinion, the system of gender stereotypes, particularly in women behavior, is enshrined in the conceptual value image of the world. Values do not exist objectively; they are objectified and present the conceptualization of what is desired. In a scale of values by M. S. Burhin and V. I. Kuznetsov, the first scale contains abstract properties (subject values, environmental values, values of individuals, groups, society, humanity and logos); the second one includes orientation of values (self-oriented values: ergative, biosocial; externally oriented values: personal, group, socially personal, personally universal, socially grouped); the third one embraces varieties of utility (physical, economic, social, legal, moral, cognitive, aesthetic, intellectual and professional) [20: 118–121]. They all have different ways of verbalization: verbal, verbal and figurative (metaphorical, archetypal), phraseological and textual.

Thus, in the magazine «Soviet Woman» / «Woman» we have traced a number of conceptual models of women image stereotypification of so-termed «temporal» and «atemporal» (archetypal) parameters. Forms of verbalization of certain conceptual models may be different, which will be indicated additionally. Basic paradigm of gender stereotypes is represented by the following general typology: value; behavior; activity and subject.

**Gender stereotype as a bearer of national and cultural traditions and values.** The following quotation is given as an example of this model: *The main mission of Hasid woman is to get married and have children, while getting education, finding a good job and taking care of a successful career are secondary. In addition, the girls have a tradition during the celebration of Tu Be-Av. They wear wedding dresses, dance and rejoice. This way they ask for a man for themselves* (W, № 10, 2014). Thus, the system of cultural traditions is represented through nominating customs and formulating key values.

**Gender stereotype as a bearer of social and group values.** It is typically a series of ideological statements that were mostly pronounced in the publications of the mid 80's of the twentieth century. (*The girls said – that is a reward for entire team. The main joy we got over these five years is the joy of teamwork; merging thousand efforts into a single union for a great goal* (SW, № 12, 1975). This model of stereotyping the image of women is also linked with the use of structures to indicate social status. (*The main character of my essay is a young beautiful woman, actress of the USSR Zinaida Dehtyarova, a daughter of Odessa worker* (SW, №7, 1989). There is a constant association in everyday language consciousness beyond the ideological canons that daughter-in-law and mother-in-law are enemies. The converse interpretation of these relationships provides a positive connotation: *I was happy to know that the contest «Mother-in-law + daughter-in-law = love» continues* (W, № 9, 2007).

Secondary nomination from the arsenal of «women's vocabulary» may serve as means of expressing **gender stereotype – behavioral ideal**. That is, for example, the title *princess*. Expression: *Is there a girl who does not dream to wake up in the morning in a beautiful castle as a fairy princess? For young Sophia dream became a reality, and soon the little girl from a quiet province will become a real princess* (W, № 10, 2014). Of course, in the context of time parameters of stereotypification of female behavior such concept is an acquisition of modern era – the end of the 90s of the last century. Language material of female periodicals exemplifies temporal gradation of gender stereotypes: the desire for beauty, external cleanliness and purity has replaced journalistic clichés established in the previous decade «dedication», «honesty», «sociability» and «gentility». (*Of course, the organization of labor, friend relationships in the team, harmony in the family are especially important. But human dedication, honesty in work ... are also our successes* (SW, № 12, 1975). However, journalists of the edition do not distance themselves from popularization of high positive elements associated with promotion of energy, work and responsibility. Quotation from the interview: *Tetiana Victorovna, in conclusion, I cannot but ask where do you take your inspiration and energy? It can be seen that you do not just work, but live in need of changes and urge everyone who is near ... – Thank you for your kind words. I think all readers of «Woman» know well where we, women, take our energy and inspiration. From love and family. From the desire to see the fruits of labor. But why? Because indifference, love and responsibility for the future drive us and make us look for those who need support, because we all have the right to live in peace and freedom* (W, № 7, 2007).

Another kind of behavioral gender stereotypes is phraseological expression like: *Women must do what they must do, and men want to do what they want to do. Man is difficult to force to do what he does not want to do. A woman, even if she does not want to do something, makes herself do it and will do it in good way. The same point of stability and conservatism works here* (W, № 11, 1999); *Marina does not lose optimism: «Anyway, despite the continuous deficits and costs, I will speak about my mother as my husband says: «There are no bad mothers-in-law, there are bad sons-in-law»* (W, № 5, 1992); *Village women are not accustomed to complain. In the Great Checheliyivka I met with many women like that* (M, № 5, 1992).

**Gender stereotype as a bearer of social and personal values.** In the analyzed linguistic material such conceptual model of values as «family – work» is expressed in typical everyday and business clichés: *In private life children and grandchildren bring daily joy. This year I was awarded the title of Honored Worker of Agriculture. This is an honoring addition to my awards – Red Flag Order of Labor and award «Badge of Honor»* (SW, № 12, 1975).

One of the structural variations of this gender stereotype is secondary nomination. Examples of its use: *As 70 percent of stock-farmers are those who we politely call «beautiful sex» and with whom we are not polite* (W, № 11, 1999); *My little mistress are accustomed to*

*homework, they help their mother and my husband is also a worker and helps me with everything* (SW, № 12, 1975); *In his vast tireless work that V.I. Lenin led to create and unite Marxist Labor Party, the difficulties of his revolutionary activity were always shared by his wife, a friend and a faithful ally Nadezhda Constantinovna* (SW, № 2, 1969).

As a female stereotype we qualify the image of dream, which is appealed by female athlete recounting her experiences before competitions. It is known that women are particularly prone to be particularly sensitive to their dreams and give them special properties: – *Julia, did you have dreams the day before the final tournament? – I had, but earlier – immediately after training. I had a dream that I did not win, and even did not reach the main final and did not compete for medals. In addition, it was so insulting!* (W, № 10, 2014).

As it has been repeatedly mentioned above, in holding certain conceptual model of values an important role is played by such evaluation tools as epithets. They form a typical **axiological paradigm and a system of gender epithet stereotypes**, which preserve specific semantic content at any time interval on the milestone of social history. Epithets are the means of stereotyping ideals of appearance, intelligence and behavior: *I listened to this energetic, intelligent woman and caught the idea. What a paradox. The main character of my essay is a young beautiful woman, honored actress of the USSR Zinaida Nikolaevna Dehtyarova, daughter of Odessa worker* (SW, № 7, 1989); *They [women. – M.M.] are important at their workplaces, they are conscientious and responsible* (W, № 9, 2007).

Apart from epithets a significant role in stereotypification of women positive features is played by abstract nouns like: *One of characteristics of Nadiya Konstantinovna was modesty, sincerity and compassion* (SW, № 2, 1969); *It is owing to my grandmother I have such features as grace, looseness and femininity. Even today I am grateful that I can behave quite naturally – concludes Maryna* (W, № 5, 1992).

These gender axiological stereotypes are fixed in magazine periodicals as means of representing positively connoted halo of cultural figures, e.g. *Oksana Petrusenko – practicality, spontaneity, emotion, mysterious* (W, №10, 1996); *Olena Teliha – active, energetic* (W, №5, 1995); *Doctor of Physical and Mathematical Sciences Tamara Stryzhak is dreamy and industrious* (W, №5, 1995).

In defining and preserving **archetypal values** in the minds of readers an important role is played by model of **opposition of gender stereotypes**, such as **woman-mother, wife-hard worker, woman-teacher, woman-doctor**, as well as a number of axiological epithets and positively connoted phrases: – *How do you see the role of mothers, female teachers in our society? – I would see her to be wise, patient, intelligent and gentle, so that every child, regardless of whether it is orphan or a child having parents, could feel warmth from the touch of mother's arm (even if it is rough of hard work), so that tears get dried and cold and pain melted. That is how I see mother. I think that this image of our proud mother can be used by many educators and it can give us a good harvest!* (W, № 9, 2007); *Natalya Petrivna, every woman is a family doctor. The woman is family harmony, warmth, which is enough for the whole family. She is a family doctor, because the very first medical aid, as we say, God forbid that, is received from the hands of women* (W, № 5, 1992). Such identification stereotypes are also qualified as gender roles, which are distributed according to several parameters: 1) a woman and society («woman is a talented person» (W, № 1, 2010), «woman is a lady» (W, № 3, 2010), «woman is an artist» (W, № 4, 2010), 2) a woman and a man («woman is a purposeful beauty» (W, № 1, 2010), «woman is a loved person» (W, № 4, 2010), «woman is primarily a person, not an object to satisfy sexual desire» (W, № 5, 2010), «woman is a weak man» (W, № 5, 2010), 3) women and spirituality («woman is a muse» (W, № 2, 2010), «woman is a real

living goddess» (W, № 5, 2010), «woman is a jewel» (W, № 5, 2010), «woman is an angel» (W, № 6, 2010), «woman is the most valuable treasure» (W, № 10, 2010), 4) wife and family («woman is a nurse» (W, № 1, 2010), «woman is a keeper of the Cossack nation» (W, № 4, 2010), «woman is a mother» (W, № 4, 2010), 5) woman and Beauty («woman is beauty, and beauty is the sum of love and self-respect» (W, № 8, 2010) [19: 107].

As it has been mentioned above, historians of women's magazines of the first third of the twentieth century – to early 60's of the last century conducted considerable work to identify main nominations of women in profession and social status, which were typical for publications [16]. Characters of such materials included Mariya Lysenko, Hero of Socialist Labor, the chairman of the collective farm «Socialist Victory», Kyiv Region (SW, № 4, 1950); Nataliya Kokhan, the forewoman of tray assembling team, open-hearth shop № 3 at Petrovskiy plant (SW, № 2, 1951); Mariya Churtapova, senior crane driver of Odessa port (SW, № 11, 1952); Motria Chechenko, chairwoman of collective farm in Sumy region (SW, № 9, 1953) and others. [21: 90]. These **gender stereotype qualifications of women in accordance to their activities** are typical for publications in 60s: *Olha Radevych is a communist worker and best turner at Khmelnytsky factory «Traktorodetal» and Zinaida Demchuk, best milk collector of collective farm named after Ostrovsky, Horodetsky District met at the session of the Supreme Council of Ukraine. They both are Members of Parliament of the Republic, people who were glorified by devoted work* (SW, № 9, 1969).

Women's magazine journalism stores substantive **gender stereotypes – concepts of everyday culture**. One of these is **bread** with which the character associates the image of Grandma: *From my child memory comes up smiling grandmother's face: in a minute or two she will take the bread from the oven! Moreover, we will rejoice that bread is done – with rosy scallops! [...] The work was common for our grandmothers. It was made usually on Friday – the day which was always considered «feminine» as the most important work of the hostess will be certainly successful. We were looking forward to the moment when finally the grandmother says: «With the bread the song is sweeter and the house is warmer» – after these words we could have been rewarded for long waiting ...* (W, № 8, 1992).

It might be concluded that Ukrainian women magazine «Soviet Woman» / «Woman» has been preserving language archetypes as well as axiological and behavioral stereotypes that reflect constant and variable elements in the life of woman.

1. Булаховський Л. А. Вибрані праці : [в 5 т.] / Л. А. Булаховський. – К. : Наук. думка, 1975. – Т. 1 : Загальне мовознавство. – С. 293–296.
2. Ставицька Л. О. «Чоловік (мужчина)» у концептосфері української фразеології / Л. О. Ставицька // Мовознавство. – 2006. – № 2–3. – С. 118–129.
3. Тараненко О. О. Принцип андроцентризму в системі мовних координат і сучасний гендерний рух / О. О. Тараненко // Мовознавство. – 2005. – № 1. – С. 3–5.
4. Халіман О. В. Гендерно забарвлені синтаксичні фразеологізми «хтось (ім. чол. роду) у спідниці», «хтось (ім. жін. роду) у штанах» / О. В. Халіман // Гендерна лінгвістика в Україні: історія, теоретичні засади, дискурсивна практика : [кол. моногр.] / Т. А. Космеда, Н. А. Карпенко, Т. Ф. Осіпова, Л. М. Саліонович, О. В. Халіман. – Х. : ХНПУ ім. Г. С. Сковороди ; Дрогобич : Коло, 2014. – С. 138–145.
5. Нелюба А. М. Інноваційні зрушення й тенденції в українському жіночому словотворенні / А. М. Нелюба // Лінгвістика : [зб. наук. праць]. – Луганськ, 2011. – Вип. 23. – С. 137–146.
6. Архангельська А. «Чоловік» у слов'янських мовах / А. М. Архангельська – Рівне, 2007. – 448 с.

7. *Брітікова К. В.* Узуальне та оказіональне в інноваціях сучасної української мови: тенденції оновлення лексико-словотвірної категорії особи : автореф. дис. ... канд. філол. наук : 10.02.01 «українська мова» / К. В. Брітікова. – Х., 2007. – 19 с.
8. *Холод О. М.* Мовленнєві картини світу чоловіків і жінок / О. М. Холод // 36. наук. пр. : [у 10-ти т.] – Кривий Ріг, 2008. – Т.1 : Психолінгвістичні статті. – С. 115–379.
9. *Семіколенова О. І.* Гендерний аспект сучасної мовної політики (міжнародний досвід і українська перспектива) / О. І. Семіколенова, А. Г. Шиліна // Мовознавство. – 2006. – № 4. – С. 32 – 40.
10. *Сукаленко Т. М.* Метафоричне вираження концепту ЖІНКА в українській мові / Т. М. Сукаленко. – К. : Вид. Дім Дмитра Бураго, 2010. – 240 с.
11. *Карпенко Н. А.* Лінгвокреативна діяльність П. Загребельного: концепт ЖІНКА в дискурсивній практиці письменника крізь призму його гендерної свідомості / Н. А. Карпенко // Гендерна лінгвістика в Україні: історія, теоретичні засади, дискурсивна практика : [кол. моногр.] / Т. А. Космеда, Н. А. Карпенко, Т. Ф. Осіпова, Л. М. Саліонович, О. В. Халіман. – Х. : ХНПУ ім. Г. С. Сковороди; Дрогобич : Коло, 2014. – С. 287–382.
12. *Ставицька Л. О.* Гендерні виміри невербальної комунікації у художньому тексті / Л. О. Ставицька // Культура народів Причорномор'я : [науч. журнал]. – 2004. – Т.1. – С. 146–148.
13. *Космеда Т. А.* Комунікативна компетенція Івана Франка: міжкультурні, інтерперсональні, риторичні виміри / Т. А. Космеда. – Львів : ПАІС, 2006. – 328 с.
14. *Саліонович Л. М.* Дискурс Івана Франка у вимірах гендерної лінгвістики : автореф. дис. ... канд. філол. наук : 10.02.01 «українська мова» / Л. М. Саліонович. – Х., 2012. – 20 с.
15. *Осіпова Т. Ф.* Гендерно марковані комунікативні стратегії й тактики у вербальній і невербальній комунікації / Т. Ф. Осіпова // Гендерна лінгвістика в Україні: історія, теоретичні засади, дискурсивна практика : [кол. моногр.] / Т. А. Космеда, Н. А. Карпенко, Т. Ф. Осіпова, Л. М. Саліонович, О. В. Халіман. – Х. : ХНПУ ім. Г. С. Сковороди; Дрогобич : Коло, 2014. – С. 174 – 226.
16. *Пода О.* Гендерні студії в журналістикознавстві (до постановки проблеми) / О. Пода // Журналістика : [наук. збірник] / за ред. Н. М. Сидоренко. – К. : Ін-т журналістики Київ. нац. ун-ту ім. Т. Шевченка, 2008. – С. 132–149; Пода О. Ю. Жіноча сторінка в газеті як канал гендерної комунікації влади / О. Ю. Пода // Держава і регіони. Сер. : Соціальні комунікації. – 2010. – № 2. – С. 150–154.
17. *Скорик М.* Методологічні проблеми гендерних досліджень мас-медіа / Марфа Скорик // Журналістика : наук. зб. / за ред. Н. М. Сидоренко. – К. : Ін-т журналістики Київ. нац. ун-ту ім. Т. Шевченка, 2008. – С. 149–161.
18. *Сушкова М. І.* Розвиток преси для жінок у Східній Україні (І половина ХХ століття) / М. І. Сушкова // Вісник СумДУ. – 2006. – Вип. 3 (87). – С. 24–28.
19. *Чорнодон М. І.* Визначення гендерних концептів «жінка» та «чоловік» на сторінках сучасної періодики в Україні / М. І. Чорнодон // Держава та регіони. Сер. : Соц. комунікації. – 2012. – Вип. 3. – С. 106–110.
20. *Бургин М. С.* Аксиологические аспекты научных теорий / М. С. Бургин, В. И. Кузнецов. – К. : Наук. думка, 1991. – 184с.
21. *Пода О. Ю.* Героїня часу в журналі «Радянська жінка» 50-х рр. ХХ ст.: гендерні елементи в тематичному полі біографії / О. Ю. Пода // Держава та регіони. Сер. : 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.

#### LIST OF ABBREVIATIONS

W – Woman  
SW – Soviet Woman

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

Мирослава Мамич

*Національний університет «Одеська юридична академія»  
вул. Генерала Петрова, 49, кв. 22, Одеса, 65072, Україна  
miroslavamiros@mail.ru*

У статті проаналізовано гендерні стереотипи журналу «Радянська жінка» / «Жінка». Мета дослідження – виокремити стереотипи шляхом опрацювання мовного матеріалу і встановлення в його змісті, граматичному оформленні, ціннісному наповненні ознак гендерної належності. У статті передбачено структурування гендерних стереотипів (лексем, фразеологізмів, афоризмів, висловлень) за семантичними та формальними ознаками та встановлення лексико-тематичних ознак часово-просторової динаміки гендерних стереотипів.

Як ключову сформульовано гіпотезу про гендер як символ статі з певними особливостями мовомислення і специфічними складниками у ціннісній картині світу. Виокремлено такі завдання дослідження мови жіночого журналу в контексті гендерології: 1) виявити та опрацювати гендерні стереотипи, сконцентровані в інформаційних мікрожанрах, жанрах журнального інтерв'ю, гедоністичних мікрожанрах тощо у 50-ті рр. XX століття – перші десятиліття XXI століття; 2) встановити типологію гендерних стереотипів.

Парадигму основних гендерних стереотипів репрезентувала така загальна типологія: ціннісні, поведінкові, діяльнісні, предметні, яку розкрито за лексико-семантичним, структурними, виражальними параметрами. Диференційовано ціннісні гендерні стереотипи як носії національно-культурних традицій, суспільно-групових та соціально-особистісних цінностей, аксіологічних параметрів кваліфікації жінок за ролями в суспільстві (епітетні, зокрема найчастотніші з них з оцінним компонентом на позначення кореляцій жінка та соціум, жінка і чоловік, жінка і духовність, жінка та сім'я, жінка і краса; прикладкові, зокрема *жінка-матір*, *жінка-трудолюбивця*, *жінка-вчитель*, *жінка-лікар*). Також розглянуто поведінкові гендерні стереотипи; діяльнісні гендерні стереотипи (за професією, соціальним станом); предметні гендерні стереотипи (*хліб*). Сконцентровано увагу на динамічних аспектах змін у соціокультурній конотації засвідчених стереотипів, їхньому співвідношенню зі складниками ціннісної картини світу жінок. Принагідно відзначено, що формою вираження гендерного стереотипу можуть бути як окремі лексеми, так і кліше, фразеологізми побутового та офіційно-ділового стилістичного різновидів.

У висновках автор стверджує, що українськомовний жіночий журнал «Радянська жінка» / «Жінка» як лінгвокультурологічне джерело утримує закріплені в мові архетипові, ціннісні, поведінкові стереотипи, що відбивають стале і часово змінне в образі жінки.

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

Стаття надійшла до редколегії 30.01.2015

Прийнята до друку 17.02.2015