

Кам'янець-Подільський національний університет імені Івана Огієнка
Факультет української філології та журналістики
Кафедра української мови

Дипломна робота
магістра

з теми: **Мовні стереотипи і формування
гендерних образів молоді в ЗМІ**

Виконала:
студентка 2 року навчання освітнього
ступеня «магістр» групи Ukrb1-M18z
спеціальності 014 Середня освіта.
Українська мова і література
Мартищук Надія

Керівник:
Коваленко Н.Д., кандидат філологічних
наук, доцент кафедри української мови

Рецензент:
Почапська О.І., кандидат наук із
соціальних комунікацій, ст. викладач
кафедри журналістики
мови

Кам'янець-Подільський – 2019 рік

ЗМІСТ

ПЕРЕЛІК УМОВНИХ СКОРОЧЕНЬ	3
ВСТУП	4
РОЗДІЛ 1	
Основні засади дослідження гендерних образів сучасної молоді	10
Висновок до розділу	27
РОЗДІЛ 2	
Мовні стереотипи і формування гендерних образів молоді в мас-медіа	28
2.1. Особливості вияву гендерних традиційних стереотипів	30
2.2. Роль актуалізованих стереотипних засобів у творенні гендерних образів молоді	44
2.3. Формування нових гендерних стереотипів у мові газет	60
Висновок до розділу	74
ВИСНОВКИ	75
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	79

ПЕРЕЛІК УМОВНИХ СКОРОЧЕНЬ

ВЗ – газета “Високий замок”

ВК – газета “Вечірній Київ”

Д – газета “День”

ДТ – тижневик “Дзеркало тижня”

МУ – газета “Молодь України”

ПіК – журнал “Політика і культура”

РГ – газета “Робітничка газета”

СГ – газета “Студентська газета”

Т – журнал “Твій”

УМ – газета “Україна молода”

ЗМІ – засоби масової інформації

див. – дивіться

р. – рік

ст. – століття

табл. – таблиця

ВСТУП

Гендерний вектор наукового осмислення суспільної дійсності вважається сьогодні перспективним напрямом дослідження соціальних процесів, що відбуваються як у середині чітко окреслених соціогруп, так і в суспільстві в цілому. Він полягає у диференціації знань про людину з огляду на належність її до певної гендерної групи, що характеризується визначеним набором соціально-біологічних особливостей властивих чоловікові або жінці.

Дослідження гендерної проблематики останніх років свідчать про процеси соціальної демократизації, трансформації усталених поглядів на роль і місце чоловіка та жінки в соціумі. Ці зміни більше помітні в середовищі молодого покоління, яке, власне, завжди вважалося виразником нових, прогресивних ідей та ініціатив. У сучасному динамічному світі молоді жінки нарівні з чоловіками прагнуть лідерства, вони активні та дієві, постійно працюють над процесом самовдосконалення та самореалізації, як зауважує О. І. Мотков [61, с. 50].

Сьогодні рівень теоретичного аналізу молодіжної проблематики загалом вирізняється системним підходом і характеризується налагодженням міждисциплінарного обміну науковими знаннями про об'єкт дослідження в різних фахових проекціях. Свій інтерес до вивчення соціальної специфіки молодого покоління виявляють представники різних наукових течій [14; 16; 18; 3030; 62].

Дослідники молодіжної проблематики, зокрема І. С. Кон [39;40], М. Ф. Головатий [16], М. М. Корнєв [42], Д. Майєрс [51], І. О. Мартинюк [5656], В. Т. Лисовський [82] акцентували увагу на тому, що наукове осмислення категорії “молодь” було досить складним – тривалий час молодь не визнавали як окрему соціальну категорію, вивчали переважно з огляду на вікові та соціально-демографічні особливості.

На сучасному етапі, коли популярності набуває гендерний підхід до вивчення сутнісних характеристик особистості, молодь починають

розглядати, враховуючи аспект гендерної стратифікації, тобто поділяючи її за соціостатевими ознаками на представників чоловічої та жіночої статі.

Розвиток гендерних досліджень молодіжного соціуму сьогодні є перспективним і маловивченим. Він передбачає осмислення соціальної специфіки цієї вікової категорії та усвідомлення чинників, що впливають на молодь у процесі її особистісного становлення з боку суспільних інститутів, зокрема засобів масової комунікації. Цим проблемам присвячені праці К. В. Шалаєвої [93], Н. Г. Малишевої [52], Т. Б. Легеніної [47], О. І. Моткова [61] та ін.

Гендерні дослідження молодіжного соціуму на сьогоднішньому етапі мають великий евристичний потенціал. Важливою передумовою для них, з погляду переосмислення соціальної специфіки цієї вікової категорії, є усвідомлення психологічного впливу на молодь сучасних засобів масової комунікації і суспільних інститутів. Саме в цьому аспекті написані праці В. В. Лизанчука [50], В. В. Різуна [74], В. Ф. Іванова [30], М. І. Недопитанського [62], М. С. Тимошика [87], О. Я. Гояна [18], І. Л. Пенчук [66], Б. В. Потятиника [68], З. В. Партика [65] та ін.

Гендерна тематика лежить у міждисциплінарній площині і вимагає використання підходів та наукових свідчень різних суміжних до журналістики дисциплін – соціології, соціолінгвістики, філології, когнітивної і гендерної лінгвістики. Вивчення лінгвістичного матеріалу журналістських текстів дозволяє глибше зрозуміти реальну гендерну ситуацію в сучасному динамічному суспільстві.

На новітньому етапі наукового вивчення гендерного питання популярності набувають загальнонаукові підходи до аналізу гендерного параметру мови, а саме: лінгвістичні методи, до яких здебільшого звертаються в своїх дослідженнях українські вчені (О. І. Горошко [17], О. С. Фоменко [90], Л. О. Ставицька [82], Н. Д. Чухим [9292], Н. І. Ажгіхіна [2], О. Ю. Пода [67], М. М. Дмитрієва [23], М. М. Скорик [63], І. Б. Кіянка [37], С. П. Кушнір [45]) та російські дослідники (О. А. Вороніна [15],

А. В. Кириліна [33], О. М. Здравомислова [2727], О. Л. Каменська [31], Г. С. Двінянінова [22], Н. М. Богомолова [9] та ін.).

З-поміж інших напрямків дослідження гендерної проблематики в засобах масової комунікації заслуговують на увагу наукові праці, що вивчають мовнопсихологічну специфіку сучасних друкованих періодичних видань чоловічого та жіночого спрямування. Зокрема, це роботи А. В. Кириліної [34], Т. В. Данильченко [2121], С. В. Лапицького [46], Н. А. Кулінки [44], Р. І. Федосєєвої [88].

Дослідження мовностилістичних особливостей публіцистичного тексту ґрунтується на теоретичних положеннях, закладених у працях з проблем семантики і стилістики (І. В. Арнольд [5], Н. П. Шумарова [95], В. М. Вакуров [11], О. А. Сербенська [77], Й. А. Стернін [84], В. М. Телія [86], Т. А. Коць [43], В. М. Русанівський [75], Л. Ю. Шевченко [94]); аналізу мовного дискурсу (Ю. М. Караулов [32], Ю. С. Степанов [83], А. М. Баранов [6], А. Вежбицька [13], Г. М. Яворська [96]).

Загалом на сучасному етапі сформувалося кілька наукових напрямків розробки гендерної теорії, що утвердились у соціальних та гуманітарних науках. Серед основних можна назвати теорію соціального конструювання гендера, розуміння гендера як стратифікаційної категорії, інтерпретацію гендера як культурного символу та дослідження гендера як певної лінгвістичної парадигми.

На дослідження соціальних структур і процесів, які виявляють гендер як ідеологічний конструкт з погляду феміністичної теорії, звертають увагу М. І. Арбатова [4], Д. О. Добровольський [24], Д. Гримшоу [20], О. М. Здравомислова та А. А. Тьомкіна [28; 29], С. Г. Айвазова [3], М. В. Рабжаєва [72], С. Д. Павличко [64], В. П. Агєєва [1].

На нашу думку, дослідження специфіки гендерних суспільних відносин у молодіжному середовищі стає можливим також завдяки застосуванню методу когнітивно-концептуального аналізу основних гендерних понять “чоловік”, “жінка”, “хлопець”, “дівчина” та слів і словосполучень, що

належать до гендерного концептуального класу, семантико-асоціативного аналізу заголовних комплексів та типологізації існуючих стереотипних понять, які є виразними мовностилістичними засобами формування гендерних образів молодих сучасників на сторінках друкованих мас-медіа. Саме цей підхід покладено в основу дисертаційного дослідження.

Актуальність дослідження зумовлена суспільною зацікавленістю гендерними процесами, намаганням глибше осмислити сутність понять, що регулюють міжособистісні стосунки, необхідністю з'ясування особливостей актуалізації та трансформації стереотипних образів-архетипів у сучасному медіа-тексті. Виникає потреба в розвитку нового напрямку сучасного журналістикознавства, пов'язаного з аналізом мовностилістичних можливостей творення гендерних образів у газетно-публіцистичному дискурсі. Подібний підхід сприятиме поглибленню суспільних уявлень про важливі гендерні поняття та подоланню існуючих стереотипних поглядів, зокрема стосовно молодіжного середовища.

Мета дослідження – дослідити виражально-пізнавальні особливості мовностилістичних засобів творення сучасних гендерних образів молоді в друкованих мас-медіа, з'ясувати характер концептуальних тенденцій суспільного гендерного процесу, що знаходить відображення і соціальне осмислення в засобах масової комунікації.

Для досягнення цієї мети визначено такі **завдання**:

- вивчити стан наукового опрацювання обраної проблематики;
- виявити мовностилістичні засоби актуалізації гендерних понять у формуванні молодіжних образів;
- з'ясувати роль заголовків журналістських матеріалів в актуалізації і семантичному розвитку гендерних мовних засобів;
- дослідити мовну специфіку традиційних, актуалізованих і нових стереотипів у формуванні гендерних образів молоді.

Об'єктом дослідження є мовностилістичні засоби, що представляють гендерні образи молоді в сучасних друкованих мас-медіа.

Предметом наукового дослідження є виразально-пізнавальні особливості мовностилістичних засобів творення сучасних гендерних образів молоді в друкованих мас-медіа.

Методи дослідження. Для вивчення стану наукового опрацювання гендерної та молодіжної проблематики в журналістикознавстві і в суміжних дисциплінах було застосовано загальнонауковий метод системного аналізу. Визначення аспектів компонентного складу і напрямків семантичного розвитку гендерного концептуального класу здійснено на засадах методу когнітивно-концептуального аналізу. Також було використано методи: описовий, зіставний, соціальної типізації та лексико-семантичної ідентифікації.

Джерелами дослідження стали українські періодичні видання суспільно-політичного та молодіжного характеру, які поширені серед читацького загалу і не вирізняються специфічним, вибіркоvim гендерним спрямуванням: “Дзеркало тижня”, “День”, “Україна молода”, “Молодь України”, “Високий замок”, “Вечірній Київ”, “ПіК”, “Контракти”, “Робітнича газета”, “Студентська газета”, “Твій” поч. ХІХ ст.

Теоретичне значення роботи полягає в тому, що в ній запропоновано методіку аналізу мовностилістичних засобів творення гендерних образів молоді в мас-медіа, до наукового обігу уведено різноаспектні групи гендерних номінативів та засобів їх формування.

Практичне значення. Матеріал, розглянутий у роботі, може бути використаний у навчальному процесі для підготовки журналістів, у створенні підручників та посібників із теорії та практики комунікації і журналістики, в щоденній роботі журналістів-практиків, а також для розробки спеціальних інструкцій з гендерної етики ЗМІ. Для широкої суспільної практики важливим є окреслення тенденцій розвитку міжособистісних стосунків у молодіжному середовищі та виокремлення чинників, що формують сучасні уявлення про систему гендерних цінностей.

Апробація результатів дослідження. Основні положення роботи обговорювалися на засіданнях кафедри української мови Кам'янець-Подільського національного університету імені Івана Огієнка. З теми дипломної роботи магістра підготовлено науковий виступ “Образ “берегині” в газетно-публіцистичному мовленні” на наукову конференцію студентів та магістрантів за підсумками НДР у 2017-2018 навчальному році.

Обсяг і структура роботи. Робота складається із переліку умовних скорочень, вступу, двох основних розділів, висновків та списку використаних джерел, що налічує 99 позицій. Загальний обсяг роботи – 86 сторінок.

ВИСНОВКИ

Проведене дослідження дозволяє зробити такі висновки:

1. До останнього часу окреслена проблематика була маловивченою в галузі і журналістикознавства, і лінгвістики. Хоча гендерні проблеми частково висвітлювалися в працях сучасних учених, не було проведено системного аналізу самих гендерних концептів та актуалізаторів їх семантичної інформативності. У поле зору не потрапляли засоби публіцистичних текстів, що концентрують увагу на виявленні компонентного складу та семантичних особливостях мовних одиниць концептуального гендерного класу. З'ясовано, що у зв'язку з розвитком у сучасних умовах міжособистісних поведінкових стереотипів, треба по-новому підходити до проблеми їх осмислення як у молодіжному середовищі, так і серед людей різних вікових категорій. З цього погляду в дисертації комплексно і різноаспектно досліджено вербально-когнітивні та емотивні елементи гендерної репрезентації, розглянуто семантико-поняттєві моделі вживаних гендерних стереотипів.

2. У системі засобів актуалізації гендерних понять основним є вживання відповідних концептів, які виступають посередниками між мовною картиною світу і екстралінгвальною дійсністю. Сутність поняття “концепт” є цілісним, але водночас багатоплановим: концепти співвідносні з одиницями свідомості, що відображають знання і досвід людини; є семантичними утвореннями, що володіють певною лінгвокультурною специфікою, а також характеризують носіїв мови тощо. У мас-медійних текстах, поряд із основними гендерними концептами “чоловік”, “жінка”, “хлопець”, “дівчина”, помітним стає актуалізація синонімічних, мовних засобів, експресивно забарвленого семантичного поля гендерного концептуального класу.

Важливу роль в осмисленні сучасних гендерних образів молоді відіграють також мовні стереотипи, які концентрують у собі змістові

уявлення про соціально значущі характеристики образів чоловіка та жінки. Вони активно функціонують у журналістському дискурсі, відтворюючи стереотипні уявлення щодо рольових позицій статей у суспільстві. Ці сталі висловлювання пов'язані з культурними канонами, сферами самореалізації чоловіка й жінки та їх поведінковими моделями. Семантичне спрямування добору, трансформації, оновлення мовних засобів у друкованих виданнях відповідає суспільним інтенціям щодо налагодження гендерної гармонії, створення атмосфери гендерної чуйності в міжособистісних стосунках. Не можна не зазначити важливого внеску журналістів у розвиток нових цивілізаційних підходів до формування соціального буття, саме завдяки використанню концептуальних та стереотипних засобів відображення гендерних понять.

3. Дослідження засвідчило семантико-емотивну вагомість заголовків до матеріалів на гендерну тематику як комунікативно-векторних складників сучасного гендерного дискурсу. Аналіз зі структурно-змістового погляду виявив типологічні характеристики, які дають змогу з'ясувати особливості побудови і комунікативного вживання заголовних комплексів. Розглянуто такі типи заголовків: проблемні, спонукально-наказові, інформаційно-описові, рекламно-інтригуючі заголовки, які в свою чергу, мають семантичні підпорядковані підвиди і структури. У ці змістові конструкції закладаються гендерні компоненти, що не лише в певному контекстуальному функціонуванні орієнтують щодо тематики матеріалу, але й сприяють виокремленню певної проблеми і навіть шляхів її розв'язання. Є всі підстави стверджувати, що в наш час журналісти впроваджують яскраві змістові і структурні зразки заголовних формул.

4. У ході аналізу було з'ясовано, що важливим напрямком розвитку структури і змісту гендерних концептів є їх мовна актуалізація та конкретизація в певних контекстних ситуаціях, що відтворює багатоманітність гендерних найменувань у різних соціальних аспектах. Виокремлено відповідні групи, які репрезентують різні соціально-ментальні

гендерні типи. Це стосується сфер: а) вікової ідентифікації; б) родинно-сімейних стосунків; в) сфери особистісно-інтимних взаємин та ін.

Саме через конкретизацію значеннєвих гендерних концептів окреслюються ті чи інші функції, риси представників обох статей, розкриваються соціально важливі для них характерологічні аспекти. Дослідження гендерних концептів засвідчило їхню багатопланову семантико-експресивну реалізацію в мові мас-медіа, у відповідності з сучасним станом суспільної комунікації. Наприклад, під впливом інтернет-лексики закріплюються характерологічні найменування, пов'язані з віртуальним світом міжособистісних стосунків. У цілому з'ясовано, що збагачення компонентного складу гендерного концептуального класу новими сучасними номінативами є особливо притаманним молодіжному середовищу.

Вагомість гендерних характеристик, їхня частотність стає дуже помітною в мові друкованих мас-медіа, їм належить безсумнівна ключова позиція серед інших лексичних засобів. По суті, спостерігається активний розвиток мовностилістичних засобів, які виступають компонентами творення гендерних образів. У цьому відношенні журналісти виявляють чимало творчих можливостей, розкривають свою майстерність. Усі ці засоби набувають концептуально-характерологічного значення в плані функціонування і закріплення системних ознак. Вони формують певну нову концептуальну систему, багату за кількістю складників і за комунікативно-концептуальним розгортанням, яке є принципово важливим для формування категорій гендерної свідомості, чуйності і, врешті-решт, для формування уявлень про гендерно-конкретизовані образи молодих сучасників.

Гендерні стереотипи сприяють певній сучасній переорієнтації гендерних характеристик, коли, наприклад на зміну уявленням про обов'язкову жіночу домашню, господарську турботливість приходять багато різних інших зацікавлень: у сфері освітній і професійній, щодо підвищення її соціального статусу та ін. Ця тенденція особливо помітно виявляється в

молодіжному соціумі. Відбувається вирівнювання гендерних соціальних ситуацій і позицій, які потребують однаково уважного ставлення до них у суспільстві. Взаємодія традиційних, актуалізованих і нових гендерних стереотипів створює ту позитивну атмосферу, завдяки якій, у злагоді змісту та експресії мовних засобів, формуються почуття взаємоповаги, взаєморозуміння між двома початками всього суцього на Землі – чоловіком і жінкою.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Агеева В. П. Філософія жіночого існування / передмова до кн. С. де Бовуар. Друга стаття. – К., 1994. – Т. 1. – С. 10–14.
2. Ажгихина Н. И. Гендерные стереотипы в масс-медиа // Гендерные исследования. – Харьков, 2000. – № 5. – С. 216–273.
3. Айвазова С. Г. Контракт “работающей” матери: советский вариант // Гендерный калейдоскоп: Курс лекций / Под ред. М. М. Малышевой. – М., 2001. – С. 291–310.
4. Арбатова М. И. Женская литература как факт состоятельности отечественного феминизма // Преображение. – 1995. – №3.
5. Арнольд И. В. Стилистика современного английского языка (стилистика декодирования): Учеб. пособие. – Л.: Просвещение, 1981. – 295 с.
6. Баранов А. Н. Введение в прикладную лингвистику: Учеб. пособие. – М.: Эдиториал УРСС, 2001. – 360 с.
7. Бацевич Ф. С. Основы комунікативної лінгвістики: Підручник. – К.: Академія, 2004. – 344 с.
8. Бердяев Н. А. Судьба России: Опыты по психологии войны и национальности. – М.: Сов. писатель, 1990. – 346 с.
9. Бовуар С. Друга стаття. У 2 т. / Пер. з фр. Н. Воробйова. – К.: Основи, 1994. – Т. 1. – 390 с.
10. Брага І. І. Мовна репрезентація образу держави у пресі України (кін. 1970-х – поч. 2000-х): Дис...канд.філол.наук: 10.02.01 / НАН України. Інститут мовознавства ім. О. О. Потебні. – К., 2002. – 217 с.
11. Вакуров В. Н. Основы стилистики фразеологических единиц (на материале советского фельетона). – М.: Изд-во Моск. ун-та, 1983. – 175 с.
12. Вардиман Е. Женщина в древнем мире. – М.: Наука, 1990. – 335 с.
13. Вежбицкая А. Язык. Культура. Познание / Отв. ред. и сост. М. А. Кронгауз; Пер. с англ. – М.: Русские словари, 1996. – 416 с.

14. Вивчення молоді на сучасному етапі питання методології і методики: Матеріали міжнародної науково-практичної конференції, Київ, 11–13 жовтня 1995 р. / Український НДІ проблем молоді; Ред.: М. Ф. Головатий, Я. В. Немировський, В. П. Перебенесюк. – К.: АЛ. Д, 1996. – 232 с.
15. Воронина О. А. Гендерная экспертиза законодательства Российской Федерации о средствах массовой информации. – М.: МЦГИ, 1998. – 152 с.
16. Головатый Н. Ф. Социология молодежи: Курс лекций. – К.: МАУП, 1999. – 224 с.
17. Горошко Е. И. Особенности мужского и женского вербального поведения: (Психолингвист. анализ): Автореф. дис... канд. филол. наук / РАН. Ин-т языкознания. – М., 1996. – 27 с.
18. Гоян О. Я. Типологічна характеристика молодіжних радіопрограм України: Дис... канд. філол. наук: 10.01.10 / Київський ун-т ім. Т. Г. Шевченка. – К., 1992.
19. Григораш Д. С. Журналістика в термінах і виразах. – Л.: Вища школа, 1974. – 295 с.
20. Гримшоу Д. Идея женской этики // Феминизм: Восток. Запад. Россия: Сб. статей. – М., 1993.
21. Данильченко Т. В. Стереотипи мужності і жіночності в засобах масової комунікації // Вісник Чернігівського ун-ту. Психологічні науки. – Вип. 17. – С. 14–19.
22. Двинянинова Г. С. Связность газетного текста и конструирование гендера в британской прессе // Мурзинские чтения: Динамика языка в синхронии и диахронии: Материалы межвузовской научной конференции, Пермь, 17–18 сентября 2002 г. – Пермь, 2002. – С. 180–182.
23. Дмитриева М. Н. Лингвистический эксперимент как инструмент для измерения гендерной чувствительности // Гендер: язык, культура, коммуникация: Материалы III международной конференции 27–28 ноября 2003 г. – М., 2003. – С. 126–129.

24. Добровольский Д. О., Кирилина А. В. Феминистская идеология в гендерных исследованиях и критерии научности / Гендер как интрига познания: Альманах. – М.: Рудомино, 2000.
25. Закон України “Про сприяння соціальному становленню та розвитку молоді в Україні” від 5 лютого 1993 року // Україна молода. – 1993. – №18. – 5 берез.
26. Здоровега В. Й. Теорія і методика журналістської творчості: Навч. посібник. – Львів: ПАІС, – 2000. – 180 с.
27. Здравомыслова О. М., Кигай Н. И. Личностные установки журналиста-профессионала: гендерный аспект // Доклады Второй Международной конференции “Гендер: язык, культура, коммуникация”, 22–23 ноября 2001 г. – М., 2002. – С. 137–150.
28. Здравомыслова Е. М., Темкина А. А. Социальная конструкция гендера и гендерная система в России // Феминизм и гендерные исследования: Хрестоматия / Под общ. ред. В. И. Успенской. – Тверь, 1999. – С. 85–92.
29. Здравомыслова Е. М., Темкина А. А. Социальное конструирование гендера как феминистская теория // Женщина. Гендер. Культура. – М., 1999. – С. 52–78.
30. Иванов В. Ф. Проблемы производительного труда учащихся и студентов на страницах молодежной печати Украины: Автореф. дис... канд. филол. наук: 10.01.08 / Киевский ун-т им. Т. Г. Шевченко. – К., 1991. – 16 с.
31. Каменская О. Л. Гендергетика – наука будущего // Гендер как интрига познания. – М.: Рудомино, 2002. – С. 13–19.
32. Караулов Ю. Н. Общая и русская идиография. – М., 1976. – 355 с.
33. Кирилина А. В. Гендер: лингвистические аспекты. – М.: Изд-во Института социологии РАН, 1999. – 200 с.
34. Кирилина А. В. Гендерные аспекты массовой коммуникации // Гендер как интрига познания / Сб. статей. – М.: Рудомино, 2000. – С. 47–80.

35. Кісь О. Р. Етнічні гендерні стереотипи та джерела їх конструювання // Український жіночий рух: здобутки і проблеми: Зб. наук. праць. – Дрогобич, 2002. – Вип. 1. – С. 26–43.
36. Кісь О. Р. Моделі конструювання гендерної ідентичності жінки в сучасній Україні // Ї. – 2003. – №27.
37. Кіянка І. Б. Гендерна освіта у висвітленні ЗМІ // Громадські ініціативи. – К., 2002. – №3. – С. 17–19.
38. Кобелянська Л. С. Гендер: лекції // <http://ozis.kr.ua/gendoon1.html>
39. Кон И. С. Психология половых различий // Вопросы психологи, 1981. – № 2.
40. Кон И. С. Психология половых различий // Психология индивидуальных различий: Тексты / Под ред. Ю. Б. Гиппенрейтер, В. Я. Романова. – М., 1982.
41. Кондаков Н. И. Логический словарь-справочник. – 2-е, испр. и доп. изд. – М.: Наука, 1975. – 720 с.
42. Корнев М. М. Формирование мировоззренческой культуры молодежи. – К., 1990. – 279 с.
43. Коць Т. А. Функціональний аспект лексичної норми в засобах масової інформації (на матеріалі газет 90-х років ХХ ст.): Автореф. дис... канд. філол. наук: 10.02.01 / НАН України. Ін-т української мови. – К., 1997. – 16 с.
44. Кулинка Н. А. Проявление гендерных стереотипов в изданиях, рассчитанных на женскую и мужскую аудиторию // Женщина. Образование. Демократия. Материалы международной междисциплинарной научно-практической конференции, Москва, 3–4 декабря, 1999 г. – М., 1999.
45. Культурология ХХ век. Энциклопедия в Т. 2. – Спб.: Университетская книга; “Алетей”, 1998. – Т. 2: М – Я. – 446 с.
46. Лапицкий С. В. Образы мужчин и женщин в журнале “Cosmopolitan” // Гендерный подход в психологических исследованиях и консультировании: Матер. конф. – Минск, 2002. – С. 70–76.

47. Легенина Т. Б. Роль гендерных стереотипов в процессе воспитания // “Мужское” в современном обществе. – М., 2003. – С. 40–42.
48. Леонтъева Л. Є. Стереотипи, або дещо про місце жінки в суспільстві // Ї. – 2003. – № 27.
49. Лесин В. М., Пулинець О. С. Словник літературознавчих термінів. – К.: Радянська школа, 1971. – 487 с.
50. Лизанчук В. В. Средства массовой информации и формирование гражданской позиции молодежи: Дис. в форме науч. докл... д-ра филол. наук: 10.01.10 / Киевский гос. ун-т им. Т. Г. Шевченко. – К., 1991.
51. Майерс Д. Социальная психология. – СПб.: Питер, 1997. – 684 с.
52. Малышева Н. Г. Гендерные стереотипы в СМК, ориентированных на аудиторию разных возрастов // Мир психологии. – 2004. – №3. – С. 171–176.
53. Мамалига А. І. Стильова і жанрова належність газетних текстів // Журналістика преси, телебачення, радіо. – К., 1982. – № 12. – С. 123–137.
54. Мамалига А. І. Структура газетного тексту. К., 1983. – 137 с.
55. Маркова О. Ю. Гендерные измерения современного общества // Отчуждение человека в перспективе глобализации мира: Сб. статей. / Под ред. Маркова Б. В., Солонина Ю. Н., Парцвания В. В. – СПб.: Петрополис, 2001. – Вып. 1. – С. 223–239.
56. Мартынюк И. О. Проблемы жизненного самоопределения молодежи. Опыт прикладного исследования. – К., 1993 – 117 с.
57. Мартынюк И. О., Соболева Н. И. Быть активным: Формирование у молодежи активного отношения к жизни. – К., 1987. – С. 80–81.
58. Маслоу А. Психология бытия. – М., 1997.
59. Масова комунікація: Підручник / А. З. Москаленко, Л. В. Губерський, В. Ф. Іванов, В. А. Вергун. – К.: Либідь, 1997. – 216 с.
60. Молодежь в СССР: Стат. сб. – М., 1990. – 89 с.
61. Мотков О. И. Мужское и женское: иллюзорность традиционных представлений о психологическом облике / “Мужское” в традиционном и современном обществе. – М., 2003. – С. 50–52.

62. Недопитанський М. І. Молодіжна преса як фактор соціалізації: тенденції, проблеми, тематика (1985–1990 рр.): Дис... канд. філол. наук: 10.01.10 / КНУ ім. Т. Г. Шевченка. – К., 1992. – 152 с.
63. Основи теорії гендеру: Навч. посібник / Ред. кол.: В. П. Агеєва, Л. С. Кобелянська, М. М. Скорик; Авт.: В. П. Агеєва, В. В. Близнюк, І. О. Головащенко та ін. – К.: К.І.С., 2004. – 536 с.
64. Павличко С. Д. Фемінізм / Передм. Агеєвої В. П. – К.: Основи, 2002. – 322 с.
65. Партико З. В. Концепція журналістики: публіцистика й інформування чи засіб впливу на реципієнтів // Актуальні питання масової комунікації. – К., 2003. – №4. – С. 9–15.
66. Пенчук І. Л. Регіональне телебачення і радіомовлення у контексті формування національної свідомості молоді: Дис... канд. філол. наук: 10.01.08 / ЛНУ ім. І. Франка. – Львів, 2003. – 253 с.
67. Пода О. Ю. Гендер і засоби масової комунікації: Навч. посіб. – Запоріжжя, 2003.
68. Потятынык Б. В. Социально-психологические аспекты влияния СМИ на аудиторию: Автореф. дис...канд. филол. наук: 10.01.10 / КГУ им. Т. Г. Шевченко. – К., 1991. – 17 с.
69. Прохоров Е. П. Введение в журналистику: Учеб. для студ. вузов, обучающихся по спец. “Журналистика”. – М.: Высш. шк., 1988. – 279 с.
70. Психология. Словарь / Под общ. ред. А. В. Петровського, М. Т. Ярошевского. – 1990. – 494 с.
71. Психологічний словник / За ред. В. І. Войтка. – К.: Вища школа, 1982. – 216 с.
72. Рабжаева М. В. Женская эмансипация в России: эксперименты по гендерному конструированию // Российские женщины и европейская культура: материалы V конференции, посвящённой теории и истории женского движения / Сост. и отв. ред. Г. А. Тишкин. – СПб.: Санкт-Петербургское философское общество, 2001. – С. 18–31.

73. Репина Т. А. Анализ теорий полоролевой социализации в современной западной психологии // Вопросы психологии. – 1987. – №2. – С. 158–165.
74. Різун В. В. Маси: Тексти лекцій. – К.: Київ. ун-т, 2003. – 118 с.
75. Русанівський В. М. Структура лексичної і граматичної семантики. – К.: Наук. думка, 1988. – 240 с.
76. –Сепетий Д. Українська лицарська традиція // Ї. – 2003. – №27.
77. Сербенська О. А. Мова газети в аспекті соціально-культурного розвитку суспільства // Мовознавство. – 1988. – №4. – С. 21–26.
78. Сидоренко Н. М. Голос української молоді у Великобританії: періодичні видання 50 – 90-х ХХ ст. // Вісник: Журналістика. – К., 1999. – Вип. 7. – С. 40–46.
79. Слінчук
80. Словарь украинского языка / НАН України, Ін-т укр. мови; Упоряд. Б. Д. Грінченко. Репринт з видання: К., 1907–1909 рр. – К.: Лексикон, 1996. – Т. 1. – 495 с.; Т. 2. – 578 с.; Т. 3. – 506 с. – Т. 4. – 563 с.
81. Социальный облик молодежи: (На материалах УССР) / Под ред. А. И. Вишняк, Н. Н. Чурилова. – К.: Наукова думка, 1990. – 212 с.
82. Социология молодежи / Под ред. В. Т. Лисовского. – СПб.: Изд-во СПбГУ, 1996. – 460 с.
83. Степанов Ю. С. Концепт “причина” и два подхода к концептуальному анализу языка – логический и сублогический // Логический анализ языка. Культурные концепты. – М.: Наука. – 1991. – С. 5–14.
84. Стернин И. А. Очерки по когнитивной лингвистике. – Тамбов, 2002. – 189 с.
85. Субъектный подход в изучении проблем молодежи // Вивчення молоді на сучасному етапі. – К., 1996. – 239 с.
86. Телия В. Н. Коннотативный аспект семантики номинативных единиц. – М.: Наука, 1986. – 143 с.

87. Тимошик М. С. Молодіжна преса України: структура, управління, функціонування на сучасному етапі (1985–1990 рр.): Дис... канд. філол. наук: 10.01.10 / КДУ ім. Т. Шевченка. – К., 1991. – 172 с.
88. Федосєєва Р. І. ЗМІ в Україні: шляхи до гармонізації стосунків // Наукові записки Інституту журналістики Київ. нац. ун-ту ім. Тараса Шевченка. – К., 2002. – Т. 6. – С. 73–76.
89. Філософський енциклопедичний словник / Гол. ред. В. І. Шинкарук; НАНУ; Ін-т філософії ім. Г. С. Сковороди. – К.: Абрис, 2002. – 742 с.
90. Фоменко О. С. Жіночий рух в демократичному суспільстві та його вплив на розвиток мови // Філологія і культура. – К., 1996. – С. 47–51.
91. Фройд З. Вступ до психоаналізу: Лекції зі вступу до психоаналізу з новими висновками. – К.: Основи, 1998. – 709 с.
92. Чухим Н. Д. Гендер та гендерні дослідження // http://gender.ntu-kpi.kiev.ua/web_ukr/bibo/article_8.html
93. Шалаева К. В. Проблема гендерного равноправия в молодежной среде // Женщина. Образование. Демократия. Материалы международной междисциплинарной научно-практической конференции, Москва, 3–4 декабря, 1999. – М., 1999.
94. Шевченко Л. Ю. Трансформація фразеологічних одиниць у газетному тексті // Особливості мови і стилю засобів масової інформації: Навч. посібник. – К.: Вища шк., 1983. – С. 70–79.
95. Шумарова Н. П. Роль языка средств массовой информации в воспитании духовной культуры личности // Воспитание словом. – К.: Наук. думка, 1989. – С. 107–121.
96. Яворська Г. М. Прескриптивна лінгвістика як дискурс: Мова, культура, влада / НАН України. Ін-т мовознавства ім. О. О. Потебні. – К.: ВІПОЛ, 2000. – 285 с.
97. Hunter J. E. Images of Women // Journal of Social Issues. – 1976. – №32.
98. Simpson M. Meet the Metrosexual / www.salon.com
99. <http://warrax.croco.net/83/metrosex.html>