

Мамич М. В.

ЛІНГВОКУЛЬТУРНІ ІНДИКАТОРИ ЦІННОСТЕЙ У КОНТЕНТІ СУЧАСНОГО ЖІНОЧОГО ЖУРНАЛУ

У статті репрезентовано інформаційно-сміслове наповнення контенту сучасного українсько-мовного журналу «Жінка». Виокремлено макроодиницю такого опису (надтекстовий рівень) – лінгвокультурний індикатор цінності. Під цим поняттям запропоновано розуміти лексичне, фразеологічне наповнення медіатекстів, що відбивають їх концептуальний зміст і ціннісно-сміслове спрямування (соціальне, політичне, економічне, культурне, естетичне, вітальне тощо), зберігають політико-ідеологічну, етно- та соціокультурну релевантність між слово-, фразовживанням та їх внутрішньою формою, конотативним ореолом мовних знаків. Лінгвокультурні індикатори цінностей об'єднано у мікрогрупи відповідно до того, який контент вони репрезентують. На медіатекстовому (внутрішньотекстовому) рівні розмежовано словесні засоби оцінки жінки, жінки-матері, а також концептів 'краса', 'любов', 'Україна' – епітети, метафори, афористичні вирази, узагальнювальні сентенції.

Ключові слова: мова сучасного жіночого журналу, контент журналу, медіатекст журналу, словесний образ жінки, лінгвокультурний індикатор цінності.

В статье представлено информационно-смысловое наполнение контента современного украиноязычного журнала «Жінка». Выделена макроединица такого описания (надтекстовый уровень) – лингвокультурный индикатор ценности. Под этим понятием предложено понимать лексическое, фразеологическое наполнение медиатекстов, отображающих их концептуальное содержание и ценностно-смысловое направление (социальное, политическое, экономическое, культурное, эстетическое, витальное и под.), сохраняющих политико-идеологическую, этно- и социокультурную релевантность между слово-, фразеупотреблением и их внутренней формой, коннотативным ореолом речевых знаков. Лингвокультурные индикаторы ценностей объединены в микрогруппы в соответствии с тем, какой контент они представляют. На медиатекстовом (внутритекстовом) уровне дифференцированы словесные средства оценки женщины, женщины-матери, а также концептов 'красота', 'любовь', 'Украина' – эпитеты, метафоры, афористические выражения, обобщающие сентенции.

Ключевые слова: язык современного женского журнала, контент журнала, медиатекст журнала, словесный образ женщины, лингвокультурный индикатор ценности.

The article presents information and semantic content of modern Ukrainian magazine «Women». Macro-unit of such description (abovetextual level) is dedicated – cultural linguistic indicator of values. It is proposed to understand this term as the lexical, phraseological content of media texts, showing their conceptual content and axiological direction (social, political, economic, cultural, aesthetic, vital, etc.) preserving political and ideological, ethno – and socio-cultural relevance between the word- and phrase usage and their internal form, connotative aura of speech signs. Cultural linguistic indicators of values are combined into small groups based on what content they represent. On mediatextual (inline) level differentiated verbal means of assessing women and connected with her existence, the concepts of 'beauty', 'love', 'Ukraine', specified as epithets, metaphors, aphoristic expressions, generalizing the maxims.

In particular, the socio-cultural linguistic indicators of the values of «knowledge», «education», «talent», «Ukraine» are highlighted in the modern official business content. Linguo stylistic load of conceptualized cultural linguistic indicators of values of «work», «money», «love», «health», «family», «career», «good», «fortune/luck», «happiness» and «fashion beauty» is marked.

In aesthetic content (the language of prose and poetic texts published in the magazine «Women») verbal shaped function of linguistic indicators of values «goddess», «family protector», «queen», «love», «beauty», «Ukraine» are also marked. It is also stressed that in certain genre and stylistic varieties of media texts constitute their axiological basis of linguistic indicators values vary. For example, media texts «arts review» shows that other mediatopic stimulate and corresponding key linguistic-cultural indicators of values, namely: «hands», «master», «talent», «beauty, beautiful», «Ukraine», aphoristic expression with microtheme «woman».

Key words: language of modern women magazine, content of magazine, media magazine, the verbal image of the woman, cultural linguistic indicator of values.

Сучасна лінгвістика розвивається в тісній взаємодії з іншими галузями гуманітаристики. Одна з них – журналістика. Спільний об'єкт дослідження посприяв формуванню симбіозу лінгвостилістики та прикладної лінгвістики – медіалінгвістики (медіастилістики), або мови засобів масової інформації. Сучасні ЗМІ – репрезентанти шонайширшого кола ідей, поглядів, думок, культурно-естетичних канонів, одним

словом – поліфункційної та політематичної **інформації**. Містке поняття ‘інформація’, як відомо, вживають на позначення ‘відомостей про які-небудь події, чийсь діяльність і т. ін.’ [1, с. 403]. Воно може бути параметризоване за змістом, ціннісним та прагматичним спрямуванням, а також за мовними ознаками – відображення в ньому літературної норми, лексико-тематичних пріоритетів, зумовлених часом життя спільноти, а також жанрово-стильових особливостей комунікування. Саме останнє, спілкування, актуалізує у процесі інформування роль суб’єкта – отримувача відомостей і суб’єкта-автора повідомлення. Отже, інформація у ЗМІ антропоцентрична і соціокультурно (за гендерними, віковими, професійними) мотивована, бо завжди зорієнтована на конкретне коло її споживачів.

Кожний з означених складників інформації, процесу інформування пов’язаний із лінгвокультурою спільноти в конкретний період її функціонування. Це означає, що ЗМІ віддзеркалюють співвідношення смислів, що стоять за знаками, з їхньою соціальною, ситуативною, образною, ментальною (стереотипи, канони, концепти) мотивацією. Як відзначала В. А. Маслова, поняття мова – культура – інформація дуже тісно переплетені: «Культура – це інформаційне забезпечення суспільства, це соціальна інформація, яка накопичується у суспільстві за допомогою знакових систем» [3, с. 17]. Спілкування людей, що відбувається зокрема через посередництво ЗМІ, – обмін такою інформацією, яка по суті є соціокультурною, оформленою за допомогою мовних знаків у типізованих медіатекстових жанрово-стильових різновидах. Смилова і змістова зв’язність, цілісність медіатексту зумовлена його зануренням у медіадискурс, кореляцією з іншими жанровими різновидами текстів різного обсягу в контенті видання і медіасфері загалом. Отже, медіатекст жіночого журналу – це (1) фрагмент дійсності, у якій відбито соціокультурні традиції, принципи, цінності спільноти, зокрема й жінок, яка є цільовою аудиторією інформування; (2) інструмент комунікації, інформування читацької аудиторії. Оскільки жіночий журнал «Жінка» поєднує статус громадсько-політичного і художньо-літературного/літературно-мистецького видання, то й амплітуда жанрово-стильового контенту в ньому дуже широка, до того ж, динамічна в плані впливу часово-просторових змін самої літературної мови, її жанрів і стилів.

Медіатексти в контенті диференційовані залежно від тематичного (медіатопіки) наповнення їх складників, зумовлених принципами структурування інформації. Останні визначають макроподіл контенту конкретного медіа: офіційно-діловий, адресно-довідковий та рекламний, естетичний, публіцистичний. Кожний із контентів визначає жанрово-стильові пріоритети медіатекстів, що його наповнюють, а також ключові лінгвокультурні індикатори цінностей, закладених у мові цих публіцистичних творів. Під поняттям **лінгвокультурний індикатор цінностей** розуміємо лексичне, фразеологічне наповнення медіатекстів, що відбивають їх концептуальний зміст і ціннісно-смилове спрямування (соціальне, політичне, економічне, культурне, естетичне, вітальне тощо), зберігають політико-ідеологічну, етно- та соціокультурну релевантність між слово-, фразовживанням та їх внутрішньою формою, конотативним ореолом мовних знаків.

Кожний із підконтентів загального контенту сучасного українськомовного журналу «Жінка» насичений лінгвокультурними індикаторами цінностей (далі – ЛІЦ). Контент жіночого журналу – дзеркало лінгвокультури спільноти в конкретний відрізок її діяльності. Саму систему ЛІЦ можна уявляти як часово марковану когнітивну модель – контент. Лінгвокультурний контент медіаінформації зумовлений її структурою з відповідним ціннісним наповненням: офіційно-ділова (соціальні, політичні, професійні, юридичні, економічні цінності), адресно-довідкова і рекламна (соціальні, професійні, вітальні, предметні, тілесні цінності), естетична (естетичні, зокрема й інтелектуальні, когнітивні, предметні, тілесні цінності), публіцистична (соціальні, політичні, моральні (духовно-культурні), релігійні цінності) інформація.

Наведемо кілька прикладів виокремлених ЛІЦ у різних контенттах.

Так, офіційно-діловий контент «Жінки» на сучасному етапі акумулює ЛІЦ в одному з найпродуктивніших жанрів – репортажі. Таким, наприклад, є медіатекст «Мрій! Твори! Дій!» [2, 2007 р.], у якому засвідчено соціокультурні ЛІЦ ‘знання’, ‘освіта’, ‘талант’ України. Ще одна визначальна риса цього медіатексту – його україноцентризм, оскільки у центр також поставлено медіатопік – стипендія програма «Знання.UA» (ключовий епітет *український* входить до складу словосполучень зі словами *мрія, небо, люди, пісні, церква, школа*). У центрі цього репортажу донька українського емігранта Гайдемарі, жінка-астронавт, яка навчається у престижному інженерному виші світу. Основний ціннісний мотив медіатексту – гендерна рівність: *ставити перед собою мету; у світі мало того, щоб чоловіки робили ліпше за жінок; найважливіше – вчитися, вчитися, вчитися; найважча робота є найліпшою*.

Ділові інтерв’ю 90-х – початку 2000-х років відзначені тим, що в них, на відміну від публікацій офіційно-ділового спрямування попередніх десятиліть, з’являються україноцентричні ЛІЦ з відповідним лексичним наповненням – *українська мова у викладанні, вчитель-українець* [2, 1996 р.], *На всіх без винятку факультетах впроваджено такі курси, як «Історія України», «Народознавство», «Історія світової й вітчизняної культури», спецкурси: «Культура українського мовлення», «Слов’янська міфологія» тощо. Фольклорну та діалектологічну практику студенти проходять здебільшого в західних областях України; Наснагу всім нам дає віра в Україну. Її майбутнє. В те, що з часом вчитель у нашій державі таки буде оточений увагою й любов’ю. Адже в його руках – доля нації. Дуже хочеться, щоб і наші випускники усвідомлювали це* [2, 1996 р.].

З-поміж медіатекстів адресно-довідкового і рекламного контенту найвиразнішими з погляду концентрації у них ЛІЦ є інформаційно-пізнавальні медіатексти жанрово-стильового різновиду «астроло-

гічний прогноз», у яких, як правило, закумуляовано такі ціннісні мотиви, як родина, здоров'я, кар'єра, любов, гроші, освіта [4, с. 121]. За нашими спостереженнями, цей перелік в українськомовному виданні дія жінок сконцентрований на таких концептуалізованих ЛПЦ:

ПРАЦЯ: *Рік розпочнеться й завершиться чудово. У вас буде маса ідей – одна оригінальніша за іншу. Багата уява дасть змогу показати себе з кращого боку. Починаючи з квітня, вас, можливо, очікує просування по службі та підвищення платні. Але будьте обережними в кінці червня та на початку липня, так само як у вересні й жовтні* [2, 2007 р.];

ГРОШІ: *Рік виявиться сприятливішим аніж минулий. Доходи зростуть. Але пильніше аналізуйте свої витрати* [2, 2007 р.]; *А якщо Овен стане більш організованим, матиме можливість для капітало-вкладень, придбання нерухомості, солідних покупок* [2, 1999 р.];

КОХАННЯ: *Навесні 1993 року бережіться стріл Купідона* [2, 1995 р.]; *Якщо обранець (або обранниця) не виправдає ваші надії, то в серпні почнете реалізовувати їх поза подружжям* [2, 1997 р.]; *За вашу терплячість доля піднесе подарунок – велике кохання* [2, 1999 р.];

ЗДОРОВ'Я: *Відчуєте, що життєвий тонус знижується, часом буде і незначна депресія* [2, 2007 р.]; *Під впливом різноманітних переживань у жовтні 1996 року «застрайкує» ваш змучений організм (печінка, нирки, серце)* [2, 1992 р.];

РОДИНА: *1995 року зірки радять добре сидіти в сідлі (робота) і не розпорошувати на контакти поза сім'єю* [2, 1996 р.]; *Беріть у свої руки управління домом* [2, 2006 р.];

КАР'ЄРА: *З неймовірною енергією візьметесь за здійснення своїх планів і абсолютно іншою людиною переступите поріг нового тисячоліття* [2, 1999 р.]; *Робота принесе вам радість і після цього навіть кухонні клопоти будуть у задоволення* [2, 2007 р.];

ДОБРО: *Відкладіть усі справи і проживіть цей час, відкривши серце добру* [2, 2007 р.]; *Відкрийте душу світлому й високому* [2, 2007 р.];

ФОРТУНА/УДАЧА/ЩАСТЯ/УСПІХ: *Що далі? Або перемо делюєте свої подружні стосунки, абі з новим партнером мчатиметесь на зустріч новому щастю в новому тисячолітті* [2, 1992 р.]; *3 лютого 1997-го – успіхи в особистому житті, а з лютого 1998-го у вас зростає потреба в більш ніжних почуттях, повазі, розумінні партнера* [2, 2007 р.].

РАДІСТЬ: *Оточуючі в захопленні: ви випромінюєте радість, задоволення* [2, 1995 р.];

МОДА, КРАСА: *Народжені під цим знаком першими відзукуються на нове в моді, завжди знають, що, де і як носити. Перевагу віддають яскравим, соковитим кольорам. Особливо полюбляють червоний, рідко коли одягають речі з блідих, невиразних тонів. Не визнають в одязі «золотої» середини. Якщо, приміром, у моді міні, то навіть старші жінки перейдуть на міні. Взагалі жінкам-овенам притаманно виділятися. Захоплюються вони яскравим макіяжем та прикрасами* [2, 1992 р.].

Навіть такий різновид довідкових медіатекстів, як «схема та інструкція», у контенті жіночого журналу пронизаний різноманітними ЛПЦ, зокрема соціально-економічними. Нагадаємо, що впродовж тривалого часу в країнах колишнього СРСР бракувало сировини, матеріалів для шиття, в'язання, і це відбиває назва одного з медіатекстів – «Зв'яжемо сукню, звичайно, якщо дістанемо нитки... А такі дістанемо!» (лексема *дістати/діставати* вживається у значенні '3. Здобувати, відшукувати що-небудь, долаючи труднощі' [1, с. 228]) [2, 1992 р.]. Засвідчуємо в текстах зазначеного жанрово-стильового різновиду й естетичні ЛПЦ: *Зустріч з квітами завжди приємна. Одні вирощують кімнатні рослини, інші їх плекають на присадибній ділянці. Ми спробуємо виготовити квіти із бісеру* [2, 2006 р.]; *Батькам хочеться, щоб їхня дитина виглядала вродливою та елегантною. Костюм, який пропонуємо, думаємо, сподобається багатьом юнкам* [2, 2006 р.]; а також ЛПЦ «комфорт, затишок, вітальність»: *Верхній одяг цього сезону осінь/зима 2008–2009 тішить різноманіттям. Глобальне потепління вносить свої корективи навіть у ринок одягу* [2, 2008 р.]; «виховання дітей» (*Залучайте до роботи дітей! Зовсім неважко навчити дитину елементарним навичкам плетіння*) [2, 2007 р.].

Медіатексти «схема та інструкція» залежно від різновиду виробу, для опису процесу виготовлення якого вони створені, мають і ЛПЦ, що увиразнюють україноцентризм журнального контенту. Насамперед це стосується візуальних образів рушників, витинанок і коментарів щодо особливостей побуту тої території, яку вони представляють: *Походження витинанки сягає у глиб віків. Ще у давні часи свої оселі прикрашали, виготовленими зі шкіри виробами, козаки, жителі Півночі* [2, 2007 р.]; *Першими витинанками в Україні були паперові підкладки для печаток – кустодії* [2, 2007 р.].

Найнасиченішим ЛПЦ є естетичний контент сучасного журналу «Жінка». Спочатку наведемо перелік концептуальних для мовно-естетичного образу жінки вторинних номінацій, актуалізованих у всьому вертикальному контексті аналізованого видання і засвідчені в системі словесних образів жінки в сучасних публікаціях прозових і поетичних творів, а саме: **богиня** [1, с. 58: 2. перен. Про жінку, дівчину надзвичайної, чарівної вроди. // Про кохану жінку] (*Однак... бачив би Ганс, як вона роздягається! О, це високе мистецтво богинь, що виходять на берег, вивільнюючись із піни морської під звуки небесних флейт! Боги і смертні герої тоді шаленіють...* (Г. Тарасюк [2, 2011 р.]); **королева** [1, с. 456: 2. перен.,

розм. Про жінку, що вирізняється з-поміж інших красою, поставою, вмінням і т. ін.] (*Я горда тим, що те пройшла усе, / Най спогади гірчать одчаєм смутку. / Я опиралась на твоє плече, / Як королева пишна й неприступна!* (Н. Бондарчук [2, 2003 р.]); **берегиня** роду [1, с. 47: Охоронниця дому. *Образно] (*Роду сонцелика Берегине, / Вбережи від смутку і від зла, / Проясни над нами небо синє / Світлом материнського тепла, / Окропи живлющою водою, / Піснею пролийся у віках, / Будь **земною, ніжною, святою** / Із дитям вселенським на руках* (В. Полюнок [2, 1997 р.]

У 90-ті роки під впливом серіалу «Рабиня Ізаура» (вийшов на екрани тодішнього СРСР 1988 року) поширилася відповідна вторинна номінація жінки-трудівниці (актуалізація семи 'залежність'). Естетичний контент журналу «Жінка» засвідчує гумористичну ситуацію, у якій жінка мріє бачити себе такою Ізаурою, що грає на фортепіано. Натомість у реальному житті їй доводиться тяжко працювати, пор. ситуативну рефлексію, представлену як ідеологічне і соціокультурне протиставлення 'у них – у нас; вона – наші жінки': *Нема того, щоб сісти за фортепіано й заграли, як Ізаура. А після роботи біжить поратися на город: прориває, сапає, підгортає. Вона виходить на балкон у мереживному пеньюарі й кидає коханому білу троянду. А в нас? Вона виходить у старенькому халатику й завішує балкон щойно випраною білизною* (Т. Братченко [2, 1995 р.]

В естетичному контенті журналу «Жінка» з початку 2000-х років почали публікувати тексти, у яких посилюється еротизм в образі любові. Це актуалізує мотив ночі (*Вогонь догорів. Дотліває зола. / **Веселою ніч і хмільною була.** / І пісня лунала, і чарка кружляла, / І душу душа у любові купала* (М. Луків [2, 2001 р.]), любовної гри (*Кохать, мов дихать, / **Кохать, бо любиться** – / Чи щось там знайдеться, / А чи й загубиться...* (Т. Мельниченко [2, 2001 р.]), відповідну епітетику (*А я не маю права на любов... / Нехай люблю безвимірно та вірно. / Твоє ім'я словами молитов / Я шепочу терпляче та покійно. / **Моя любов гріховна і палка, / Немов квадрат, невписаний у коло*** (Т. Зубкова [2, 1993 р.]). На тлі таких експресивних і позитивно оцінних образів постають негативно оцінні щодо відвертої сексуалізації, нав'язування еротизму, пор.: *Телевізор кричить (і коли / уже трісне?), / **Що без сексу життя беззмістовне і прісне.** / Радить книжка з полицки / (ну більш ніж сучасна), / **Що в житті лише це є і супер і класно** (Ю. Бережко [2, 2007 р.]); *Повитухи зійшлися, а / сповити їм нікого – / **Не вродиться ніхто, / хоч гуляла еротика, / Та спокуса гріха – / горе віку цього, / Й воску мало було для / кривенького гнотика. / Як гадюки, звивались / дешеві повивачі, / Повитухи не знали, куди їх приткнути, / їм дівчата здавались сивими. / А кохання і цнота / Здавались забутими*** (А. М'ястківський [2, 1998 р.]*

Естетичний контент журналу «Жінка» (90-ті роки ХХ ст.) зберігає й контрастивні образи України, у яких поети засоціюють цей ЛІЦ з поняттями *любов, доля*: *Улийся в теплу повінь / І не січи морозами стерню. / Твоя величність / З джерела, з собору, / Твоя надія з радості й жалю. / Хай втратить зміст / Невтішне слово «горе», / Щоб квітли «Україна» і «Люблю»* (В. Полюнок [2, 1994 р.]); *І той самий в нас, Часе, самісінкий Біль! / **Все не можемо долі своєї впіймати. / Крає небо **українське чужа** заметіль.** / І сумує над шляхом сивіюча мати* (А. Листопад [2, 1992 р.]

Через репрезентативно-оцінні медіаконтексти жанрово-стильового різновиду «мистецький огляд» журнальний контент наповнюється такими ЛІЦ буття жінки:

1) 'руки' – епітети *жіночі, умілі* (*Після появи на світ первістка **жіночі руки** любовно оздоблюють подушечку для нього або рушничок* [2, 2014 р.]

2) 'врода' (*Жіночі портрети, зокрема «Дівчина з кошиком на галявині», «Дівчина в червоному капелюсі», «Дівчина з гітарою», свідчать, що душа художника Володимира Труша тягнеться до чистої дитячої вдачі, краси та досконалості жіночої **вроди*** [2, 2014 р.]

3) 'майстриня' – епітети *відома, знана, справжня, талановита, висококласна, уміла, чутлива, винахідлива, неповторна, сильна, певна, самобутня, дивовижна, обдарована (**талановита майстриня** помітила в новенькій багаті творчу яву, талант передавати побачене в кольорових стібках* [2, 2014 р.]; *Твори цієї **самобутньої художниці** оригінальні: чарівні образи, особлива пластика форм, багата та чяскрава кольорова палітра* [2, 2003 р.]

4) 'краса', 'прекрасне': актуалізація ключової номінації естетичного контенту **краса** (*Та якоїсь магичної миті раптом повертаєшся в незайманий, **чистий світ, сповнений краси й любові, чогось високого й незбагненого – у світ прекрасного*** [2, 2002 р.]); кольоративів (*Поміж контрастних барв **чорного і фіолетового, на тлі червоних** узвищ Сходу – **сліпучо-біле** весняне джеревце в цвіту, як спалах життя і долі, **всеперемагаюча весна світу!*** [2, 2001 р.]); якісних та відносних оцінних епітетів (*Поетичні за композицією, **філігранні** за виконанням, добром кольорів її роботи заворожують* [2, 2002 р.]); метафор (*Квіти **вдивляються в наші душі ніби очима дитини** – чистими, щирими й сонячними...* [2, 2014 р.]); абстрактних іменників на позначення почуттів, психологічних переживань, концептуальних понять буття, філософських узагальнень (*І художник відтворює **красу і мінливість** пейзажів неповторного куточка раю – Криму* [2, 2004 р.]; *Мистецтво Олени РУСАНОВОЇ – це **довершеність форм, вишуканість** кольорів і **гармонія** між ними* [2, 2004 р.]

5) 'обдарування, талант' – *багатогранне, природне, справжній, власний, неповторний* (Здається, *багатогранне природне обдарування Ольги Луканюк невичерпне* [2, 2014 р.]; *Ганні Василівні нині минає 85-ий рік. А вона продовжує творити – адже справжній талант не старіє* [2, 2007 р.]);

6) індивідуалізований узагальнений афористичний образ: *Жінки на полотнах Дмитра Добровольського не просто зображення, в них є живий магічний вогонь, що манить, як в «Куточку старого парку». Як і всі чоловіки Д. Д. мріє не про ідеал, а про вічну жіночність, м'який характер, теплу усмішку, а до того ще б трішечки милого кокетства, грації, привабливості. Ось так, як у «Сніданку слов'янок». У творах митця – гармонія і пластика, не існує фальші, немає нічого грішного, лише цнотливість «Дівчини у вінку».* *Щирість. Мабуть, саме вона вабить і чарує. Але не вірте тим, хто скаже, що це досягається надто легко. [...] Д. Д. пише не лише жінок – душу людства* [2, 1997 р.]; *Поезія, сутність самої природи, магія потаємного – усе це – жінка, жінка, жінка...* [2, 2003 р.]; *Відчуття прекрасного як основасвітосприймання української жінки завжди мало величезний творчий потенціал* [2, 2003 р.]; *Письменник Вадим Скуратівський писав про творчість Любові Конопко, як явище сучасного мистецтва: «І водночас ці рушники нагадують нам про невичерпність душевних сил і взагалі душевної краси української жінки, яка тут, в особі майстрині, залишається на варті нашої традиції: українськості як принципу* [2, 2009 р.];

7) вербалізатори україноцентризму – актуалізація фольклоризмів у назвах творів, пісенних словесних образів, прецедентних онімів, номінації *Україна* та її вторинних номінацій-перифраз, поняттєвих епітетів *український, національний*: *Неперевершені її твори «Україна – це моя держава», «Степом, степом», «Ранкові акорди». В кожному – квітуче тло найбагатшої, найродючішої у світі землі: хлібне поле, вмиті рососою й висушені сонцем трави і дух життєдайної сили нашого народу, який здолав стільки бід и перешкод на шляху до омріяної незалежності* [2, 2007 р.]; *Дивовижну схожість українських вишиванок і писанок помічено давно – одні й ті ж мотиви, символіка. Навіть колористика* [2, 2008 р.]; *А над усім буйно квітне дерево життя українського роду. Перевагу віддає класичному стилю вишивання* [2, 2009 р.]; *Пані Любові так хочеться у вишивці передати свої болі й радощі, мрії й сподівання! Першою вишила чорними нитками трилогію «Пам'ять Голодомору», далі – колекції «Чорноборивців насіяла мати...», «Гори, гори, Горицівіте», «Осіньне золото». З 2002 року почала свою Шевченкіану і нині живе вогненним Тарасовим словом, ранок починає поетовою «Молитвою», рядки з Кобзаря вишиває на рушниках* [2, 2009 р.] тощо.

Отже, лінгвокультурні індикатори цінностей в сучасному жіночому журналі – це шкала соціально-економічних, соціокультурних, україноцентричних, естетичних, вітальних, предметних тощо інформаційно-сміслових вербальних одиниць, слів та фраз. Їхня актуалізація зумовлена інформаційним спрямуванням контенту.

Література:

1. Великий тлумачний словник сучасної української мови : 170 000 слів / [уклад., гол. ред. В. Т. Бусел]. – К. ; Ірпінь : Перун, 2003. – С. 403.
2. Жінка : щомісячний журнал. – К. : Преса України, 1992–2014.
3. Маслова В. А. Лінгвокультурологія : учеб. пособие для студ. высш. учеб. заведений / Маслова В. А. – М. : Издательский центр «Академия», 2001. – 208 с.
4. Шилина А. Г. Русскоязычный женский журнал Украины в аспекте теории текста: синергетический анализ / Шилина А. Г. – Симферополь : Антика, 2012. – 280 с.