

Visn. Lviv. Univ., Ser. Zhurn. 2018: 44; 87–94 • DOI: <http://dx.doi.org/10.30970/vjo.2018.44.9338>

УДК 007:304:070

СУЧАСНА ГЕНДЕРНО МАРКОВАНА ПЕРІОДИКА: ОСОБЛИВОСТІ ГЕНДЕРНОЇ КОНЦЕПТОСФЕРИ

Мирослава Чернодон

*Вінницький державний педагогічний університет імені Михайла Коцюбинського,
вул. Острозького, 32, Вінниця, Україна,
e-mail: muroslavachornodon@ukr.net*

Проведене дослідження дало змогу визначити, які тлумачення концептів «жінка» та «чоловік» можна виявити на сторінках сучасної гендерно маркованої періодики і таким чином детально проаналізувати гендерну концептосферу через призму видових характеристик концептів.

У статті з'ясовано особливості концептосфери сучасної періодики для жінок і чоловіків (на прикладі журналів як всеукраїнського, так і регіонального призначення «Жінка», «Жіночий журнал», «Наталі», «Cosmopolitan», «Men's Health», «EGO», «Esquire», «Вінничанка», «Щаслива», «Мажор», «Свій»).

Визначено особливості вживання гендерних концептів у сучасній періодиці для жінок та чоловіків. Виявлено найчастіше вживані похідні цих макроконцептів, тобто їх мікроконцепти та детально їх проаналізовано. З'ясовано, що видання для жінок та чоловіків насичені різноманітними гендерними концептами, які вживаються у різних контекстах.

Ключові слова: гендер, концепт, концептосфера, контент-аналіз.

Актуальність теми наукової статті зумовлена процесами пошуку нових концепцій та застосуванням нових підходів до вивчення гендерної концептосфери сучасної періодики для жінок і чоловіків в Україні. Вивчення гендерної концептосфери є актуальним, оскільки дозволяє виявити нові тенденції та ознаки сучасних гендерних образів. Враховуючи особливі риси гендерно маркованої періодики загалом та практичну відсутність комплексних наукових досліджень гендерної концептосфери, зокрема, виникає потреба доповнення українського журналістикознавства саме цією темою.

Вивченню концептосфери присвячена незначна кількість робіт. Найґрунтовнішою є докторська дисертація Л. Василик «Сучасна світоглядна публіцистика літературно-художніх видань у контексті історії української журналістики: концептосфера національної ідентичності». Захищено такі кандидатські дисертації із соціальних комунікацій, які стосуються вивчення концептів та концептуальних особливостей, зокрема праця М. Масімової «Концепція людини та світу в публіцистиці і художній творчості Умберто Еко», Н. Желіховської «Концептуально-тематичні особливості

української публіцистики другої половини 80-х років ХХ століття». Щодо вивчення гендерних особливостей, то визначення гендеру в українській пресі досліджували Н. Остапенко, Н. Сидоренко, М. Скорик, В. Слінчук, Т. Старченко, Л. Ставицька, О. Сушкова, О. Пода, Я. Пузиренко, Л. Таран, О. Тараненко. Гендерні проблеми порушували у своїх наукових працях і русисти О. Дудоладова, О. Горошко, Л. Компанцева, О. Семиколєнова, Л. Синельникова, К. Піщикова.

Ця наукова стаття є кроком у висвітленні гендерної концептосфери сучасної періодики для жінок і чоловіків в Україні як невід'ємної складової українського суспільства.

Мета роботи полягає у з'ясуванні гендерної концептосфери у площині дослідження сучасної періодики для жінок і чоловіків (на прикладі таких видань: журнали для жінок: регіональні («Вінничанка», «Щаслива»); всеукраїнські («Жінка», «Жіночий журнал», «Наталі», «Cosmopolitan»); журнали для чоловіків: регіональні («Мажор», «Свій»), всеукраїнські («Men's Health», «EGO», «Esquire»)).

Для досягнення зазначеної мети були поставлені такі *завдання*: з'ясувати рівень наукового вивчення гендерної концептосфери в Україні; виявити особливості гендерного контенту та здійснити порівняльний аналіз сучасної періодики для жінок; виявити особливості гендерного наповнення та здійснити порівняльний аналіз сучасної періодики для чоловіків; розкрити питання гендерних ролей і стереотипів у досліджуваних виданнях; визначити особливості використання гендерних концептів на сторінках сучасної гендерно маркованої періодики; висвітлити на основі гендерних концептів багатогранність гендерних образів у сучасній періодиці для жінок та чоловіків.

У статті реалізовано комбінацію конкретно-історичного, структурно-типологічного, системно-функціонального *методів*. Застосовуються описовий та порівняльний методи, метод типологізації, моделювання. У статті також використаний метод контент-аналізу для вивчення гендерного контенту сучасних гендерно маркованих журналів. Саме він дозволив кількісно визначити та дослідити особливості гендерної концептосфери на сторінках періодики для жінок і чоловіків.

Концептуальне сприйняття й тлумачення гендерного поняття «жінка», що висвітлюються на сторінках сучасної гендерно маркованої преси в Україні, потребує окреслення полі функціональності гендерних інтерпретацій, досягнення метафоричного сприйняття цього образу та його ролі й призначення в суспільстві.

Цікаво детальніше дослідити гендерну концептосферу через призму видових характеристик концептів. Усі концепти умовно можна поділити на макро- та мікро-концепти або ж іншими словами на концепти-максимуми та концепти-мінімуми. Каркас гендерної концептосфери становлять два концепти, на котрих сконцентровано гендерні відносини в суспільстві – «чоловік» та «жінка», які позначаємо як макро-концепти або концепти-максимуми [4, 95].

Концепт, концептосфера включають гендерні ознаки, що уможливорює гендерний підхід для дослідження гендерного контенту сучасної періодики для жінок та чоловіків. Концептуальний аналіз сучасних гендерно маркованих видань у межах гендерної концептосфери дозволяє виявити й співвіднести метагендерні та гендерні концепти, що фігурують у суспільстві.

Дослідниця Л. Василик характеризує концепт-максимум як повне володіння значенням слова, що притаманне звичайному носію мови, якому реалія відома в

усьому її обсязі. Такий концепт містить енциклопедичну інформацію, що розширює концепт-максимум за рахунок додаткових знань про об'єкт. Натомість концепт-мінімум означає неповне володіння значенням слова, що притаманне звичайному носію мови, якому відома сама реальія, але вона є начебто периферійною для його життєвої практики [1, 126].

Макроконцепт «жінка» умовно можна поділити на основні, тобто найчастіше вживанні у досліджуваних журналах мікроконцепти, а саме такі: кохана, коханка, мати, подруга, свекруха / теща, суперниця.

Кохана – цей мікроконцепт, безумовно, вживається в контексті «чоловік/жінка» і відображає відношення чоловіка до жінки, хлопця до дівчини. Мікроконцепт «кохана» в усіх випадках вживання позитивно забарвлений і характеризує жінку з найкращих її сторін («Щаслива жінка – кохана жінка («Наталі». – 2014. – № 3). Цей концепт відображає жінку, яка купується у любові та ласці чоловіка, для якої нічого не шкода («Все в твоїх ногах, кохана моя, і я також («Наталі». – 2014. – № 2). Часто концепт «кохана» замінюється такими синонімами: любя, мила, дорога, єдина. А також часто порівнюється з такими тваринами та птахами: кішка, зайчик, ластівка, лебідка.

Коханка – цей мікроконцепт вживається в негативному висвітленні, і зачасти, у відношенні «дружина – чоловік – коханка». І в першу чергу, коханка порівнюється з такими тваринами: змія, гадюка, ящірка, жаба, а ці всі земноводні в порівнянні характеризують жінку як підступну, підлу, хитру людину («Змія на короткому ціпку» («Cosmopolitan». – 2013. – № 4); «Подруга – гадюка, а чоловік – хамелеон» («Жіночий журнал». – 2013. – № 5).

Подруга – цей мікроконцепт висвітлюється як у позитивному, так і негативному забарвленні. По-перше, подруга – це вірна людина, готова завжди підставити своє плече, вислухати та дати пораду («Подруга в біді не залишить («Mini». – 2014. – № 4). По-друге, концепт «подруга» змальовується на сторінках досліджуваних видань у контексті «псевдо подруги», яка готова дружини задля якоїсь цілі, не завжди доброї («Змія в овечій шкурі» («Наталі». – 2014. – № 2). Іноді ця псевдо подруга ставить своєю ціллю чоловіка, але не свого, а подруги. В такому випадку подруга виступає в образі суперниці.

Суперниця – це один з найбільш вживаних у досліджуваній періодиці макроконцепт. І звичайно, концепт «суперниця» вживається у гендерному співвідношенні «жінка – чоловік – жінка», де чоловік виступає у ролі головного призу, а дві жінки яро воюють за нього («У кого буде супер-приз» («Mini». – 2014. – № 4); «Дві жінки та один чоловік» («Наталі». – 2014. – № 5).

Мама – цей мікроконцепт є одним з найбільш вживаних на сторінках досліджуваних видань, частіше у журналах для жінок. Концепт «мама» вживається у позитивному (більше) та негативному (менше) смислового навантаженні. У позитивному контексті мама – це насамперед, турботлива, добра, ласкава, яка все розуміє і прощає близька людина («Моя мама – краща подруга» («Щаслива». – 2014. – № 2); «З мамою не страшно в космос...» («Вінничанка». – 2012. – № 1). В негативному контексті концепт «мама» вживається досить рідко, але у кількох журналах знайдено матеріали, в яких мова йде про маму так звану «зозулю». Тобто біологічну маму, яка залишає свою дитину заради інших справ чи інтересів («Зозуля кинула й полинула» («Жінка». – 2012. – № 2); («Кар'єра погубила її, як маму» («Вінничанка». – 2012. – № 1). В

негативному відношенні «мама – зозуля» відображається тема абортів («Вбивство заради цілі» («Наталі». – 2014. – № 3). Таким чином, досліджуваний концепт «мама» має протилежно різні смислові навантаження. Але все ж значно частіше концепт «мама» зображає світлий, чистий, прекрасний образ матері. Мама у періодиці для жінок і чоловіків часто порівнюється з берегинею та захисницею.

Свекруха/теща – це групова категорія мікроконцептів є однією з найчастіше вживаних у досліджуваній періодиці для жінок та чоловіків. Спочатку розглянемо мікроконцепт «свекруха» – цей мікроконцепт не завжди вживається у позитивному контексті. Свекруха – мати чоловіка, яка часто зображається аж занадто всезнаючою і з постійним бажанням допомогти своєму синові та його сім'ї, і таким чином, втрутитись у життя молоді сім'ї. А ще перетворює свого сина у так званого «мамусяного синочка» («Мій чоловік – мамусин синочок» («Наталі». – 2014. – № 4); «Свекруха зруйнувала нашу сім'ю» («Жіночий журнал». – 2013. – № 2). У позитивному контексті свекруха зображається в образі подруги. Цей образ, безумовно, позитивний і допомагає читачкам знайти спільну мову й навіть здружитись зі свекрухою якщо є певні проблеми («Свекруха: ворог чи подруга» («Наталі». – 2014. – № 1). Мікроконцепт «теща» часто вживається в комічному смисловому навантаженні й тому зачасту є більше позитивним, ніж негативним. Цей концепт є актуальним як у виданнях для жінок, так і чоловіків («У тещі все під прицілом» («Жінка». – 2012. – № 4); («У тещі під каблуком» («Наталі». – 2014. – № 2).

Для дослідження гендерної концептосфери виявлено основні гендерні концепти та їх похідні, а також співвідношення між ними. З'ясовано, що гендерні концепти співіснують в тісній взаємодії між собою, тобто концепт «жінка» знаходить своє відображення у концепті чоловік це висвітлено у такому категоріальному співвідношенні як: «жінка – чоловік», яке в свою чергу поділяється на різні категорії: «дружина – чоловік», «мати – дитина» («мати – донька», «мати – син»), «жінка – свекруха», «дівчина – хлопець», «подруга – друг», «начальниця – підлеглий», «підлегла – бос». І ці взаємозв'язки можуть вживатись у досліджуваних виданнях з різним смисловим навантаженням, тобто у різних контекстах, як у позитивних, так і в негативних. А значить виконувати різні міжособистісні функції, а інколи і соціальні ролі. Тобто, гендерно маркована періодика не обмежується висвітленням лише позитивного образу жінки.

У досліджуваних виданнях макроконцепт «чоловік» відображається у таких найчастіше вживаних мікроконцептах: коханий, батько, незнайомец, начальник, син, друг.

Детальніше розглянемо ці концепти:

Коханий – цей мікроконцепт має як позитивне так і негативне забарвлення і відповідно вживається у гендерному концептуальному відношенні «чоловік – жінка». Концепт «коханий», звичайно, частіше вживається у позитивному контексті. Йому характерні такі якості як ніжність, ласка, щедрість, турбота. «Коханий готовий на все» («Наталі». – 2014. – № 4); «Коханий подарував зірку...» («Жіночий журнал». – 2014. – № 2). Але трапляються випадки, коли концепт «коханий» вживається у негативному контексті, а саме: «коханий / зрадник», «коханий / скупість», «коханий / робота». («Зрада стерла нашу сім'ю» («Наталі». – 2014. – № 4); «Мій коханий – скнара» («Міні». – 2014. – № 2); «Робота номер 1, а я...» («Щаслива». – 2014. – № 4). Концепт «коханий» у відношенні до роботи вживається не тільки у негативному ві-

дображенні, тому що займає забагато часу – більше, ніж жінка, але й у позитивному забарвленні у тому випадку, коли робота приносить великі прибутки і задоволення («Мій коханий трудоволік з товстим гаманцем» («Жіночий журнал». – 2014. – № 5); («Його робота – мої гроші» («Cosmopolitan». – 2014. – № 1).

Батько – цей мікроконцепт виділяємо як найчастіше вживаний у досліджуваних виданнях у співвідношенні «батько та дитина», тобто батько спільної з жінкою дитини. Цей мікроконцепт знаходить відображення у позитивному контексті, в такому випадку образу батька притаманні такі риси як: турбота, допомога, увага, щирість («Наш татко – найкращий в світі» («Вінничанка». – 2013. – № 1); («Батьківська увага безцінна для дитини» («Щаслива». – 2013. – № 1). Також концепт «батько» знаходить відображення й у негативному висвітленні («Батько – зрадник» («Наталі». – 2014. – № 1); («Він (батько) залишив нас, коли я ще говорити не вміла» («Жіночий журнал». – 2013. – № 2).

Незнайомиць – цей мікроконцепт використовується у найбільш вживаному відношенні (у нашому дослідженні категорії) «жінка та чоловік» і висвітлюється переважно у позитивному забарвленні («Незнайомиць із моїх снів» («Наталі». – 2013. – № 3); «Незнайомиць подарував 101 троянду» («Щаслива». – 2013. – № 6). Цей концепт на сторінках досліджуваних видань (частіше для жінок) виключно позитивний і замінюється таким синонімом як чарівник («Вперше побачила чарівника на своєму порозі» («Жіночий журнал». – 2014. – № 1).

Начальник – цей мікроконцепт часто замінюється такими синонімами: бос, шеф, іноді старший колега («Так, бос, я уважно слухаю» («Cosmopolitan». – 2014. – № 1). Цей мікроконцепт, безумовно, має як позитивне, так і негативне відображення. У позитивному забарвленні концепт «начальник» вживається в контексті щедрого роботодавця («Моя заробітня плата дозволяє мені багато...» («Cosmopolitan». – 2014. – № 2). А у негативному як суворого, владного, усе і всіх контролюючого тирана («Начальник-тиран – мій страх» («Наталі». – 2014. – № 2). Варто зауважити, що мікроконцепт «тиран» не є одним із виділених, що найбільш вживані у досліджуваній періодиці для жінок і чоловіків, але попри це іноді вживається у контексті «жінка та чоловік», тобто чоловік, часто законний чоловік, який дозволяє собі погане, зневажливе, зле ставлення до своєї дружини («Мій законний чоловік – справжній тиран» («Наталі». – 2014. – № 2); «Деспот в домі» («Жіночий журнал». – 2013. – № 5). Відповідно мікроконцепт «тиран» знаходить своє відображення у такому синонімі як деспот. Мікроконцепт «законний чоловік» вище згаданий нами у негативному контексті не виділяємо окремою групою найчастіше вживаних мікроконцептів, адже відносимо його до групи мікроконцепту «коханий», який раніше розглянутий. Повертаючись до мікроконцепту «начальник» варто зауважити, що інколи цей образ висвітлюється у ролі коханця («Бос-коханець – два в одному» («Cosmopolitan». – 2014. – № 4) – матеріал під таким заголовком розкриває образ начальника саме у контексті коханця.

Син – цей мікроконцепт найчастіше вживається також у відношенні «жінка та чоловік», але концепт «жінка» в свою чергу у мікроконцепті «мати», тобто у відношенні сина до матері («Мама – любов на все життя» («Наталі». – 2013. – № 2). А також цей мікроконцепт вживається у гендерному співвідношенні «мати – син – кохана», як правило у цьому випадку має частіше негативне, ніж позитивне забарвлення,

адже концепт «чоловік» вживається у розумінні «мамусин синочок» («На мій жаль, він виявився справжнісіньким мамусиним синочком» («Cosmopolitan». – 2012. – № 8).

Друг – цей мікроконцепт є одним із найбільш згадуваних у досліджуваній періодиці. І вживається у гендерних відношеннях «чоловік/жінка», «чоловік/чоловік» («Мій друг – мій антибіотик» («Жіночий журнал». – 2012. – № 8) – у відношенні «чоловік/жінка», чоловік виступає у метафоричній ролі міцного, сильного плеча, такої собі подружки у чоловічому тілі («Сильна у мене подруга – 100 кг і додому донести може якщо треба...» («Mini». – 2013. – № 6). А у відношенні «чоловік/чоловік» мікроконцепт «друг» – це насамперед, сильний духом та міцний тілом чоловік, готовий завжди прийти на допомогу чи зіставити компанію у тренажерній залі, а може й за дружнім кухлем пива («Друг у біді не залишить» («EGO». – 2012. – № 5; «Справжній друг – залізо» («Men's Health». – 2013. – № 6; «По пиву і про головне» («Свій». – 2012. – № 2)).

Саме у журналах для чоловіків підтримується теорія гендерної чоловічої ролі. А у жіночих, навпаки, представниці жіночої статі прагнуть бачити чоловіка більш ніжним, емоційним, спонтанним, здатним на непередбачувані вчинки, що не відповідає теорії гендерної чоловічої ролі, розробленій Томпсоном і Плеком. Спільним для обох типів видань є те, що гендерні концепти не є відокремленими: концепт «чоловік» згадується в контексті «чоловік – жінка», їхніх взаємостосунків у різних аспектах життя.

З'ясовано рівень наукового вивчення гендерної концептосфери, зокрема концепт є багатовимірним репрезентованим у мові комплексом, якому притаманна певна етнокультурна специфіка. Концепт має нестабільну структуру, що відображається у розробленій нами моделі концепту, в якій виділяємо корень і додатки концепту, можливий рух ознак в актуальних змістових напрямках від і до кореня. Нестабільна (мобільна) структура концепту характерна і для його кореня: протягом історичного розвитку, корінь може змінюватися, але змістове значення не втрачається, а лише замінюється синонімами чи словесними новоутвореннями актуальними для сьогодення.

Макроконцепт «жінка» умовно можна поділити на основні, тобто найчастіше вживанні у досліджуваних журналах мікроконцепти, а саме такі: кохана (26%), коханка (23%), подруга (14%), суперниця (12%), мати (11%), свекруха/теща (9%), інші (6%). Найповніше цей концепт проявляється у співвідношеннях I. – жінка та чоловік (30%), II. – жінка і соціум (24%), III. – жінка й духовність (20%), IV. – жінка та сім'я (14%), V. – жінка й краса (12%).

У досліджуваних виданнях макроконцепт «чоловік» відображається у таких найчастіше вживаних мікроконцептах: коханий (30%), батько (21%), незнайомиць (17%), начальник (12%), син (10%), друг (7%), інші (4%). Детально розглянуто концепт «чоловік у різних взаємодіях (співвідношеннях), а тому виділимо основні найчастіше вживані у досліджуваній періодиці відношення (категорії): «чоловік – кар'єра» (28%), «чоловік і спорт» (23%), «чоловік і жінка» (19%), «чоловік і духовність» (16%), «чоловік і сім'я» (14%).

Таким чином, висвітлення гендерного концепту «чоловік» на сторінках видань для чоловіків та жінок відрізняється. Наприклад, у жіночих виданнях чоловік найчастіше описується у взаємостосунках з жінками, лише потім, як професіонал своєї справи, майже не приділяється увага зовнішності чоловіка. Тобто внутрішня суть

чоловіка має важливе значення для жінки (за матеріалами журналів). Що ж до концепту «чоловік» на сторінках видань для чоловіків, то саме зовнішності присвячена чимала частина публікацій. Також важливим для чоловіків є правильне харчування, кар'єрний розвиток, успішність, статус у суспільстві. А висвітлення гендерного концепту «жінка» в гендерно маркованій періодиці підтверджує думку, про те що більшість сучасних жінок намагаються проявити себе як у роботі, так і в стосунках з чоловіками, виконуючи різні соціальні ролі. Вони поєднують професійну та сімейну сферу життєдіяльності. Важливим є духовний розвиток жінки як цілеспрямованої особистості, яка намагається підтримувати форму та стежити за своєю зовнішністю. Образ всебічно розвиненої жінки – головний на сторінках сучасних періодичних видань для жінок, що засвідчує аналіз їхнього контенту. Варто зауважити, що у журналах для чоловіків концепт «жінка» є не менш важливим, і реалізується він у контексті «чоловік – жінка», а саме в аспекті роботи, захоплень, відпочинку, стосунків. Концепти «жінка» та «чоловік» співіснують в тісній єдності «чоловік – жінка». Взаємостосунки з протилежною статтю є актуальною темою як для видань для жінок, так і для чоловіків.

В основі гендерної концептосфери функціонують базові гендерні макроконцепти «жінка» й «чоловік», які вживаються у досліджуваній періодиці в різних співвідношеннях в залежності від того, які ролі виконуються жінкою чи чоловіком у суспільстві. І саме від вираженості, вдумливості, відповідального підбору гендерних характеристик, що подаються у гендерно маркованій періодиці формуються сучасні та майбутні гендерні образи, популяризуються уявлення про ідеальних жінок і чоловіків, їхні потреби, можливості, обов'язки у сім'ї, на роботі, й загалом у всіх сферах життєдіяльності а отже формується духовна і психологічна складова суспільства.

REFERENCES

1. Василик Л. Є. Світоглядна публіцистика сучасних літературно-художніх видань: концептосфера національної ідентичності : моногр. / Л. Є Василик. – Чернівці, 2010. – 416 с.
2. Таран Л. Гендерні проблеми і засоби масової інформації / Таран Л. // Гендер і культура : зб. стат. / [упоряд. В. Агеєва, С. Оксамитна]. – К. : Факт, 2001. – С. 154.
3. Мельник Т. М. Міжнародний досвід гендерних перетворень. Закони зарубіжних країн з гендерної рівності / Т. М. Мельник. – К., 2004. – 297 с.
4. Чухим Н. Проблеми і перспективи феміністичної теорії / Наталія Чухим. // Гендер і культура : зб. ст. [упоряд. В. Агеєва, С. Оксамитна]. – К. : Факт, 2001. – С. 94–101.

MODERN GENDER-MARKED PERIODICALS: FEATURES OF THE GENDER CONCEPTSPHERE

Myroslava Chornodon

*Vinnitsia Mikhaïlo Kotsyubynskyi State Pedagogical University,
Ostrog Str., 32, Vinnytsia, Ukraine
e-mail: muroslavachornodon@ukr.net*

The study made it possible to determine which interpretations of the concepts «woman» and «man» can be found on the pages of modern gender-based periodicals and thus analyze in detail the gender concept sphere through the prism of the specific characteristics of the concepts.

The features of the use of gender concepts in modern periodicals for women and men are determined. The most frequently used derivatives of these macroconcepts are revealed, that is, their microconcepts and their detailed analysis. It has been found that publications for women and men are full of various gender concepts that are used in different contexts.

The model of gender relations in the media is mainly reflected in stereotyped images of men and women. The analysis of the gender roles of a woman and a man makes it possible to understand more deeply the concepts of «woman», «man», their varieties – mother, wife, daughter, father, son.

Gender stereotypes that are implemented in the concept-minima and maxima are used in various spheres of life – including areas of activity that seem not to be related to gender issues – because gender is easily identifiable by individual; Stereotypes about men and women are correlated with his personal experience, and the relationship between sexes is perceived as the most obvious and therefore legitimate.

In general, the analysis of the concept-maximums and gender-specific concepts of gender and their characteristics was carried out in the context of gender stereotypes, which are formed and functioning in society, systematizing the existing presentations.

Key words: gender, concept, conceptsphere, content analysis.