

ОСОБЛИВОСТІ ГЕНДЕРНОЇ ІДЕНТИЧНОСТІ ТА ГЕНДЕРНИХ СТЕРЕОТИПІВ У СУЧАСНИХ УКРАЇНСЬКИХ МАС-МЕДІА

Мирослава Чернодон

Донецький національний університет імені Василя Стуса

вул. 600-річчя, 21, 21000, Вінниця, Україна

e-mail: muroslavachornodon@ukr.net

<https://orcid.org/0000-0002-9227-0993>

У статті з'ясовано особливості гендерної ідентичності та гендерних стереотипів у сучасних мас-медіа. Проаналізовано та спростовано основні гендерні стереотипи, які висвітлюються у сучасних мас-медіа. Модель гендерних взаємовідносин у засобах масової інформації відображено переважно у стереотипних образах чоловіка та жінки. Аналіз гендерних ролей жінки та чоловіка дає змогу глибше зрозуміти концепти «жінка», «чоловік», їхні різновиди – «мати», «дружина», «дочка», «батько», «син» тощо.

Гендерні стереотипи, які реалізовані в концептах-мінімумах та максимумах, використовуються в різних сферах життєдіяльності – в тому числі сферах діяльності, які ніби не пов'язані з проблемами взаємовідносин між статями – тому, що індивід легко ідентифікує стать; стереотипні уявлення про чоловіків та жінок співвідносні з його особистим досвідом, а взаємини між статями сприймаються як найбільш очевидні і, відповідно, легітимні.

Загалом аналіз концептів-максимумів та концептів-мінімумів гендерного значення та їхніх характеристик здійснено в контексті гендерних стереотипів, які сформовані та функціонують у соціумі, через систематизацію реально існуючих репрезентацій.

Ключові слова: гендер, ідентичність, стереотипи, маскуліність, фемінність.

1. Постановка проблеми. Розподіл людей на чоловіків і жінок – центральна установка сприйняття нами відмінностей у поведінці і психіці людини. Багато хто вважає, що ці відмінності пов'язані з генетичними, анатомічними та фізіологічними особливостями чоловічого і жіночого організму. Ідея протилежності чоловічого та жіночого зустрічається в міфах і традиціях усіх відомих суспільств, вона закріплена в різноманітних соціальних інститутах (таких, як сім'я, армія, виховні установи). Але факт тілесної несхожості чоловіків і жінок ще не свідчить про те, що саме звідси випливають усі відмінності між ними. Адже, крім конституціонального аспекту, вони мають соціокультурний контекст: відображають те, що в певному суспільстві вважається властивим чоловікові, а що – жінці.

Мета роботи полягає у з'ясуванні особливостей гендерної ідентичності в сучасних мас-медіа. З огляду на сучасні уявлення про рівні організації людської статі виникає питання: чому саме статеві органи і їхні функції є основною ознакою поділу людей на дві статі, якщо морфологічна стать усього лише один із чотирьох компонентів сутності людини? Цілком доречно тут точка зору прихильників теорії соціального конструкціонізму. Згідно з нею, біологічна стать насправді є соціальним конструктом, в якому різноманітні рівні сексуальної організації тіла довільно побудовані у вигляді певної ієрархії. При цьому протиставлення статей гармонійно співвідноситься з ієрархічною структурою суспільства, в якій чоловіки і жінки мають різні соціальні статуси і виконують взаємодоповнюючі соціальні ролі.

2. Аналіз останніх досліджень та публікацій. Вивченню гендерної проблематики та ідентичності (національної, суспільної, гендерної) присвячена невелика 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 Л. 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.

Ця наукова стаття є кроком у висвітленні особливостей гендерної ідентичності в сучасних масмедіа.

3. Методологічна основа дослідження. У статті реалізовано комбінацію конкретно-історичного, системно-функціонального методів. Застосовуються описовий та порівняльний методи, метод типологізації, моделювання. У статті також використаний структурно-типологічний метод. Саме завдяки цьому методу вдалося структурувати та типологізувати основні гендерні стереотипи, на основі яких відбувається гендерна ідентичність особистостей у соціумі.

4. Виклад основного матеріалу дослідження. Термін «гендер» вказує на соціальний статус і соціально-психологічні характеристики особистості, які пов'язані зі статтю і сексуальністю, але проявляються лише у взаємодії з іншими людьми.

Гендер можна розглядати як одну з базових характеристик особистості, що зумовлює соціальний і психологічний розвиток людини. Багатокомпонентна структура гендеру визначається чотирма групами характеристик: біологічна стать, гендерна ідентичність, гендерні норми і гендерні стереотипи.

Гендерна ідентичність – це аспект самосвідомості, що описує переживання людиною себе як представника певної статі. Вона є однією з базових характеристик особистості, яка формується в результаті інтеріоризації чоловічих або жіночих рис, у процесі взаємодії «Я» з іншими, у ході соціалізації. Входячи в структуру соціальної ідентичності, гендерна виступає особливим видом, який співіснує в самосвідомості людини в єдності з уявленнями про професійний, сімейний, етнічний та інші статуси. Відомо, що гендерна ідентичність – продукт соціального конструювання. Вона починає формуватися з народження дитини, коли запускається процес гендер-

ної соціалізації, у ході якої дитину цілеспрямовано виховують так, щоб вона відповідала прийнятним у суспільстві уявленням про «чоловіче» і «жіноче». Саме на підставі існуючих у суспільстві еталонів формуються уявлення дитини про власну гендерну ідентичність і роль, її поведінка, а також самооцінка.

Далі відбувається процес, важливою складовою якого стає статево-рольова соціалізація. Диференціація діяльності, статусів, прав та обов'язків індивідів залежно від їхньої статі належить до категорії «гендерна роль». Гендерні ролі – нормативні, вони виражають певні соціальні очікування, виявляються в поведінці. Вони завжди пов'язані з якоюсь нормативною системою, котру особистість переломлює у своїй свідомості і поведінці. Частина цих норм сприймаємо через засоби масової інформації і популярну літературу, інші ми одержуємо безпосередньо, наприклад, у вигляді традицій, звичаїв, настанов батьків, зазнаючи несхвалення з боку суспільства, коли припускаємо відхилення від очікуваної статево-рольової поведінки.

Тож гендерні стереотипи фактично можна розглядати як соціальні норми. Усі ми маємо уявлення про те, що чоловікам і жінкам властиві певні набори конкретних якостей і моделей поведінки, що переважна кількість людей усвідомлює, яка поведінка вважається правильною для представників тієї чи іншої статі. Такі стереотипи вирізняються життєстійкістю. Їхня укоріненість у свідомості великої частини населення сприяє відтворенню стереотипів із покоління в покоління в процесі соціалізації. Нерідко гендерні стереотипи мають негативне забарвлення.

У багатьох країнах уявлення про роль жінки суперечать активному життєвому стилю, тому велика частина жінок не схильна до самореалізації у сферах, що виходять за рамки традиційно запропонованих. Жінка, що виявила свою спроможність і бажає реалізувати свій потенціал, часто конфліктує з традиційними поглядами на місце жінки в суспільстві і, можливо, з власним уявленням про себе як про особистість. Жінки не тільки працюють, а й виконують обов'язки по господарству та доглядають дітей.

Варто зазначити, що гендерні стереотипи можуть чинити негативний вплив не лише на жінок, але й на чоловіків. До компонентів традиційної чоловічої ролі відносять норми успішності статусу, розумової, фізичної й емоційної твердості, антижіночності. Для багатьох чоловіків повна відповідність цим нормам недосяжна, що викликає стрес і призводить до компенсаторних реакцій: обмеження емоційності, нав'язливого прагнення до змагання й успіху та ін.

Гендерні стереотипи – сформовані культурою узагальнені уявлення (переконання) про те, як насправді поведуться чоловіки і жінки. Термін варто відрізнити від поняття гендерна роль, що означає набір очікуваних зразків поведінки (норм) для чоловіків і жінок. Поява гендерних стереотипів зумовлена тим, що модель гендерних стосунків історично вибудовувалася у такий спосіб, що статеві відмінності переважали над індивідуальними, якісними відмінностями в особистості чоловіка і жінки (Хамітов, 2000).

Проаналізуємо та спробуємо спростувати основні гендерні стереотипи:

1. Між чоловіком і жінкою надзвичайно багато відмінностей. Вони – наче істоти з різних планет (як зветься одна з популярних, проте зовсім не наукових книжок: «Чоловіки з Марса, жінки – з Венери»).

Насправді науковці з різних сфер сходяться сьогодні на тому, що між чоловіками й жінками, які живуть в одній країні у схожих соціальних умовах, відмінності

складають не більше 10% всіх показників, а схожість – 90%. Тобто між вінничанкою і вінничанином одного соціального прошарку набагато більше спільного і схожого, ніж, наприклад, між вінничанкою і жінкою з індійської провінції.

2. Відмінності між чоловіками й жінками мають суто біологічну природу, отже, є неподоланими й вічними. Як писав про це фундатор психоаналізу З. Фрейд «Анатомія – це доля...».

Саме поняття «гендер» передбачає те, що основна маса відмінностей між статями має не природне (природжене) походження, а є наслідком виховання, соціалізації, впливу культури й суспільства.

3. На відміну від чоловіків, жінки мають нижчі інтелектуальні здібності, нелогічне, ірраціональне мислення і, як наслідок, нижчу професійну компетентність. Звідси – поширене уявлення про жінок як гірших працівників на відповідальних посадах і в інтелектуальних професіях.

Не тільки дослідження психологів, але й саме життя доводить хибність цього твердження. Сьогодні люди обох статей можуть на рівних демонструвати високі розумові й організаційні здібності. Але суспільство не завжди створює для цього рівні умови.

4. На відміну від жінок, чоловіки менш емоційні, не здатні до співчуття й співпереживання. Цей міф обходить людству дуже дорого. Наприклад, українським чоловікам він вартує десь 12 років життя – саме такою є різниця в середній тривалості життя чоловіків і жінок. Хлопчика змалечку привчають стримувати свої почуття, не плакати («Ти ж хлопець! Солдат!»). А видатний хірург М. Пирогов писав: «Невиплакані сльози змушують плакати внутрішні органи». Тож ранні інфаркти й інсульты в чоловіків – це прямий наслідок стереотипного уявлення про «чоловічу нечутливість».

5. Жінки від природи мають потребу у створенні сім'ї та народженні дітей, тоді як чоловікам це зовсім не потрібно.

Ті чи інші потреби чоловіка й жінки продиктовані не природою, а суспільством. Для багатьох сучасних жінок шлюб і народження дитини – це безумовна перешкода для їхніх кар'єрних планів, тому у всьому світі зростає показник середнього віку материнства. І це та об'єктивна реальність, з якою доводиться рахуватися державам, плануючи свою демографічну політику.

Згідно зі середньоєвропейськими даними, шлюб додає середньостатистичному європейському чоловікові 1,7 років життя, але забирає 1,4 років життя в середньостатистичній європейській жінки. З них випливає, що шлюб «вигідніший» для чоловіків, аніж для жінок.

Суттєвими характеристиками особистості, що тісно пов'язані з гендерними стереотипами і водночас визначають гендерні особливості особистості, є такі ознаки мужності чи жіночності, як фемінність і маскуліність.

Маскуліність та фемінність – це системи властивостей особистості, що традиційно вважаються чоловічими чи жіночими.

Типовими маскулініними якостями вважаються інтелект, раціональність, незалежність, активність, сила (і фізична, і психологічна), авторитарність, агресивність, стриманість в емоційних проявах, схильність до ризику, здатність до досягнень.

Типовими фемінними якостями вважаються емоційність, м'якість, слабкість, турботливість, практичність, консервативність, інтуїтивність, реалістичність, ко-

мунікативність, сензитивність, емпатійність. Для жінки важливо, щоб її зрозуміли, щоб хтось розділив її почуття, висловив своє ставлення до неї. Психологічні стосунки для жінки важливіші, ніж результат діяльності. Для чоловіка важливо вважатися компетентним, бути визнаним, йому потрібні досягнення своїх цілей, результат важливіший за стосунки.

Типові риси фемінності та маскулінності – це насамперед, суспільно закріплені норми, стереотипи, а не результат об'єктивних природних відмінностей між статями. У певних випадках ці риси справді відтворюють середньостатистичні відмінності між чоловіками і жінками. Але часто вони є результатом виховання, коли психологічні відмінності формуються під тиском стереотипів, нав'язуваних людині суспільством. А буває й так, що традиційні риси фемінності та маскулінності суперечать справжній природі людей. Зокрема, донедавна вважалося, що жінки мають емоційнішу вдачу, а чоловіки – схильніші до логічного мислення. Сучасні дослідження нейрофізіології стверджують, що в жінок у середньому розвиненішою є ліва (логічна) півкуля мозку, а в чоловіків – права (емоційна). Зокрема, більшість дослідників у галузі диференціальної психології погоджуються, що в дівчаток більш розвинені мовні здібності (що пов'язані з лівою півкулею), ніж у хлопчиків. Проте історія свідчить, що більшість письменників у всі часи й епохи були чоловіками. Жінки й чоловіки справді відрізняються, проте ці відмінності не завжди ідентичні з суспільними стереотипами. Реальні гендерні відмінності – це сукупність природних відмінностей і виховання (Хамітов, 2000).

Традиційно вважалося, що маскулінність і фемінність – це протилежні полюси однієї шкали, тобто висока маскулінність розглядається як низька фемінність (і навпаки). У сучасних психологічних концепціях статі та статево-рольової поведінки ці властивості розглядаються як відносно незалежні один від одного конструкти. Можливий одночасно високий розвиток обох характеристик або одночасно низький рівень цих гендерно-рольових проявів. Поєднання високого розвитку фемінності та маскулінності в одній людині (незалежно від її статі) дістало назву андрогінність.

У психології особистості андрогінія розглядається як особистісна характеристика, не пов'язана з порушеннями статевого розвитку, статевої та гендерної ідентичності або статево-рольової орієнтації. Помічено, що обдарованим людям часто властива висока андрогінія. Крім того, вона може знімати обмеженість чоловічих і жіночих гендерних ролей, знижувати внутрішні конфлікти, пов'язані з неприйняттям своєї другої сутності. Андрогінна модель статевих і гендерних ролей має перевагу перед іншими моделями, хоча й вона не досконала. Зокрема, О. Кочарян доводить, що ця модель має вікові та клінічні обмеження, наприклад, не діє для хлопчиків і дівчаток до 15-16 років, а фактично формується в пізніші вікові періоди.

Американський психолог Сандра Бем створила психологічну методику вимірювання маскулінності та фемінності «Статево-рольовий опитувальник» (the BemSex-RoleInventory), згідно з якою можна діагностувати чотири типи людей, незалежно від їхньої фізіологічної статі: маскулінні (з вираженими чоловічими якостями); фемінні (з вираженими жіночими якостями); андрогінні; невизначені (без виражених якостей маскулінності і фемінності) (Gallagher, 2001).

Існують також інші методики вимірювання маскулінності та фемінності, наприклад, «Опитувальник персональних атрибутів» (Дж. Спенс зі співавторами), «Шкали маскулінності та фемінності» (А. Хейлбрун) та інші.

Гендерні ролі не виникають одразу з народженням дитини, вони розвиваються залежно від багатьох умов і чинників протягом людського життя. Процес розвитку гендерних ролей, як соціально зумовлених моделей статевої поведінки, відбувається в контексті досить важливого для життя особистості процесу, який називається соціалізацією.

Одним із найістотніших її складників є гендерно-рольова (чи гендерна) соціалізація. Гендерно-рольова соціалізація – це засвоєння людиною гендерних ролей, суспільних очікувань щодо цих ролей, а також гендерний розвиток особистості, тобто формування психологічних характеристик, які відповідають гендерним ролям. Ці ролі тісно пов'язані з усвідомленням себе представником певної статі та з нормативами поведінки, характерної для представників цієї статі.

Гендерна соціалізація має низку особливостей і специфічних труднощів у чоловіків та жінок. Від самого народження дитина потрапляє в соціальне оточення, яке задає безліч стереотипів гендерно-рольової поведінки. Змалку дитина чує від своїх батьків, вихователів: «Це не гарно, це не личить дівчинці (хлопчиківі)»; «Не плач, хлопчики не плачуть!»; «Не бийся, дівчатка так не поводяться!» З першими проявами усвідомлення себе представником певної статі дитина пов'язує це з цілою низкою ознак: з одягом, правилами поведінки, проявами почуттів чи заборонами на них (Чухим, 2001).

На природні диференціально-психологічні відмінності між статями накладаються моделі чоловічих і жіночих ролей. Процеси гендерно-рольової соціалізації чоловіків і жінок мають багато відмінностей. Для жінки, згідно з історично сформованими патріархальними стереотипами переважає орієнтація на сім'ю та сімейні цінності, ведення домашнього господарства тощо. Для чоловіка, згідно з тими ж стереотипами, нормативно бажаною є більша активність поза межами сім'ї: професійна діяльність, суспільна активність. Не даремно існує приказка, що «для жінки сім'я – це друга робота, а для чоловіка робота – це друга сім'я».

За результатами гендерних досліджень, дівчатка в школі мають нижчі оцінки з математики, ніж хлопчики, не тому, що в них гірші математичні здібності, а тому, що мають занижену самооцінку в цій сфері і зустрічаються із відповідними очікуваннями педагогів.

5. Результати і перспективи подальших досліджень. Таким чином, якщо врахувати, що існують цілком реальні соціальні й економічні умови, що закріплюють таку асиметрію, стає зрозумілим, що є серйозні соціальні проблеми, пов'язані з соціально-психологічною та рольовою самореалізацією жінок. Ці проблеми стали підґрунтям виникнення численних феміністичних рухів, що мали на меті подолати труднощі. Хлопчику у процесі гендерного розвитку доводиться вирішувати численні проблеми, пов'язані з визнанням в оточенні однолітків, з лідерством, суперництвом тощо. Якщо для дівчинки проблема лідерства полягає в тому, що вона, з погляду суспільних стереотипів, не повинна до нього прагнути, то для хлопчика – навпаки. Суспільна думка змушує хлопчика вважати лідерство невіддільною цінністю свого буття. Чоловік, не реалізований у сфері лідерства, тією ж громадською думкою вважається менш компетентним, ніж чоловік з високим соціальним статусом. Ця думка часто тисне на свідомість, змушує відмовлятися від покликання на користь влади. Для хлопчика прагнення відповідати взірцям маскуліності (крім влади, це необхідність бути сильним, хоробрим, компетентним, емоційно стриманим тощо) є

не стільки внутрішньою потребою, скільки суспільною нормою, і невідповідність їй спричинює критичніше ставлення до нього, ніж для дівчинки невідповідність стандартам фемінності.

6. Висновок. Отже, саме у журналах для чоловіків («Men's Health», «EGO», «Esquire») підтримується теорія гендерної чоловічої ролі. А у виданнях для жінок («Жіночий журнал», «Наталі», «Cosmopolitan»), 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.

Для жінок найтиповіші форми гендерно-рольового конфлікту пов'язані з суспільними стереотипами, зокрема, що професійні можливості жінки менші, ніж у чоловіка, про нижчі лідерські здібності жінки, що створює для них значні труднощі професійної самореалізації. Ще одним стереотипом, що заважає жіночій самореалізації, є стереотип про те, що домашнім господарством повинна займатись переважно жінка. За цими стереотипами, жінки часто мають подвійне навантаження, одночасно працюючи, ведучи домашнє господарство та виховучи дітей. Як результат – у них виникають серйозні суперечності у виконанні професійних і сімейних ролей, вони потрапляють у ситуації рольового конфлікту та перевантаження.

Суспільні стереотипи також висувають вищі вимоги до зовнішності жінок, порівняно з чоловіками. Обов'язок постійно привабливо виглядати, посилений засобами масової інформації, рекламою, кінопродукцією, усупереч життєвим реаліям, може стати джерелом гендерно-рольових конфліктів. Ідентифікація понять «жінка», «чоловік» відбувається через чітке усвідомлення гендерної категорії, що позначає особу протилежної статі. Чоловічий стиль життя, чоловічі стратегії поведінки, чоловічі етнообрази – можливо ідентифікувати тільки через жіноче – протилежності в єдності жіночого і чоловічого як у структурі особистості, так і в соціумі загалом.

СПИСОК ЛІТЕРАТУРИ

1. Василик, Л. (2010), *Світоглядна публіцистика сучасних літературно-художніх видань: концептосфера національної ідентичності*. Буква, Чернівці, 431 с.
2. Gallagher, M. (2001), *Gender setting: new agendas for media monitoring and advocacy*. WACC, London, 217 p.
3. Хамітов, Н. (2000), Філософія статі. *Філософська думка*. 6 вересня 2000. стор. 35-46.
4. Чухим, Н. (2001), Проблеми і перспективи феміністичної теорії. *Гендер і культура*. 4 квітня 2001. стор. 94-101.
5. Яременко, В. (2008), *Новий тлумачний словник* : у 2 т. Аконіт, Київ, 344 с.

REFERENCES

1. Vasilik, L. (2010), *Svitoglyadna publitsistika suchasnikh literaturno-khudozhnikh vidan: kontseptosfera natsionalnoi identichnosti*: monogr. Bukva, Chernivtsi, 431 s.
2. Gallagher, M. (2001), *Gender setting: new agendas for media monitoring and advocacy*. WACC, London, 217 p.
3. Khamitov, N. (2000; September 6), *Filosofiya stati. Filosofska dumka*. 315, ss. 35-46.
4. Chukhim, N. (2001; April 4), *Problemi i perspektivi feministichnoi teorii. Gender i kultura*. 296, ss. 94-101.
5. Yaremenko, V. (2008), *Novyi tlumachnyi slovnyk [New Explanatory Dictionary]*. Akonit. Kyiv, 344 s.

FEATURES OF GENDER IN MODERN MASS MEDIA

Myroslava Chornodon

*Vasyl Stus Donetsk National University
600th Str., 21, 21000, Vinnytsia, Ukraine
e-mail: muroslavachornodon@ukr.net
<https://orcid.org/0000-0002-9227-0993>*

The article clarifies of gender identity stereotypes in modern media. The main gender stereotypes covered in modern mass media are analyzed and refuted. The model of gender relations in the media is reflected mainly in the stereotypical images of men and woman.

The features of the use of gender concepts in modern periodicals for women and men were determined. The most frequently used derivatives of these macroconcepts were identified and analyzed in detail. It has been found that publications for women and men are full of various gender concepts that are used in different contexts.

In general, the analysis of the concept-maximums and concept-minimum gender and their characteristics is carried out in the context of gender stereotypes that have been formed and function in the society, systematizing the actual presentations.

The study of the gender concept is relevant because it reveals new trends and features of modern gender images. Taking into account the special features of gender-labeled periodicals in general and the practical absence of comprehensive scientific studies of the gender concept in particular, there is a need to supplement Ukrainian science with this topic.

Gender psychology, which is served by methods of various sciences, primarily sociological, pedagogical, linguistic, psychological, socio-psychological. Let us pay attention to linguistic and psycholinguistic methods in gender studies. Linguistic methods complement intelligence research tasks, associated with speech, word and text. Psycholinguistic methods used in gender psychology (semantic differential, semantic integral, semantic analysis of words and texts), aimed at studying speech messages, specific mechanisms of origin and perception, functions of speech activity in society, studying the relationship between speech messages and gender properties participants in the communication, to analyze the linguistic development in connection with the general development of the individual.

Nowhere in gender practice there is the whole arsenal of psychological methods that allow you to explore psychological peculiarities of a person like observation, experiments, questionnaires, interviews, testing, modeling, etc.

The methods of psychological self-diagnostics include: the gender aspect of the own socio-psychological portrait, a gender biography as a variant of the biographical method, aimed at the reconstruction of individual social experience. In the process of writing a gender autobiography, a person can understand the characteristics of his gender identity, as well as ways and means of their formation.

Socio-psychological methods of studying gender include the study of socially constructed women's and men's roles, relationships and identities, sexual characteristics, psychological characteristics, etc. The use of gender indicators and gender approaches as a means of socio-psychological and sociological analysis broadens the subject boundaries of these disciplines and makes them the subject of study within these disciplines.

And also, in the article a combination of concrete-historical, structural-typological, system-functional methods is implemented. Descriptive and comparative methods, method of typology, modeling are used. Also used is a method of content analysis for the study of gender content of modern gender-stamped journals. It was he who allowed quantitatively to identify and explore the features of the gender concept in the pages of periodicals for women and men.

A combination of historical, structural-typological, system-functional methods is also implemented in the article. Descriptive and comparative methods, method of typology, modeling are used. A method of content analysis for the study of gender content of modern gender-labeled journals is also used. It allowed to identify and explore the features of the gender concept quantitatively in the periodicals for women and men.

The conceptual perception and interpretation of the gender concept «woman», which is highlighted in the modern gender-labeled press in Ukraine, requires the elaboration of the poly-functionality of gender interpretations, the comprehension of the metaphorical perception of this image and its role and purpose in society.

A gendered approach to researching the gender content of contemporary periodicals for women and men. Conceptual analysis of contemporary gender-stamped publications within the gender conceptual sphere allows to identify and correlate the meta-gender and gender concepts that appear in society.

Keywords: gender, identity, mass media, stereotypes, masculinity, femininity.