

Гендерные стереотипы в социальных медиа

Научный руководитель – Крикунова Юлия Анваровна

Терещенко Кристина Денисовна

Студент (бакалавр)

Тольяттинский государственный университет, Гуманитарно-педагогический институт,
Кафедра «Социология», Тольятти, Россия
E-mail: tinater69@gmail.com

Из всевозможного количества факторов, посредством которых формируется представление о социальных ролях мужчины и женщины, масс-медиа являются самыми влиятельными. В современном обществе социальные сети становятся все более популярными и превращаются в полноправную часть СМК. Так, масс-медиа, со всеми ее компонентами, играет важную роль в создании образа общества, где отсутствует гендерное неравенство. Медиа может продвигать или ускорять реформы в данном направлении, или, наоборот, препятствовать.

Гендер - система межличностного взаимодействия, посредством которого создается, утверждается, подтверждается и воспроизводится представление о мужском и женском как базовых категориях социального порядка [2, с. 47]. Гендер образовывается через социализацию, семью, разделение труда, средства массовой информации. В рамках данной работы акцент делается именно на анализе функционирования средств массовой коммуникации, в частности, на социальных медиа, поскольку социальные сети становятся все более популярными, являясь быстрым каналом связи и, соответственно, имея возможность быстро распространять информацию. Так, социальная сеть «ВКонтакте» занимает пятое место среди самых посещаемых сайтов в мире по версии SimilarWeb, ежемесячно имея более 97 000 000 посетителей [4].

Гендерные стереотипы — это распространённые в обществе представления об особенностях и поведении представителей разных гендеров, в первую очередь мужчин и женщин [5]. Гендерные стереотипы тесно связаны с существующими в данном обществе гендерными ролями и служат для их поддержания и воспроизведения. В частности, гендерные стереотипы способствуют поддержанию гендерного неравенства. На многих международных конференциях было признано, что необходимо разрушать гендерные стереотипы путем изменения контента в медиа. Тем не менее, сексизм остается частью содержания информации, публикуемой в современных СМК. Сексизм - это, прежде всего, предвзятое отношение к людям по признаку пола или гендера [3].

Репрезентация «мужских» и «женских» образов в различных СМК такова, что мы видим чаще всего мужчин как успешных бизнесменов в дорогих костюмах или «маскулинный» образ атлетически сложенного юноши, демонстрирующего голый торс и огромные бицепсы. Девушки часто изображаются юными красавицами, обязанность которых - оставаться молодыми и привлекательными, чтобы доставлять удовольствие мужчинам [1]. При этом проведенный нами сравнительный контент-анализ групп, нацеленных на мужскую аудиторию, и групп для девушек, показывает, что объективизация противоположных полов встречается как у парней, так и у девушек. Количество «лайков» на постах с красивыми парнями и с милыми девушками примерно одинаковое.

Нами было зафиксировано, что в мужских, или так называемых «пацанских пабликах», достаточно часто можно встретить картинки («мемы»), изображающие девушек в виде «продажных» и «легко доступных». Так, пост, изображающий девушку в виде копилки, с

подписью «Суть баб» набрал почти 40000 «лайков» и 1299 репостов. В общей совокупности такие посты создают представление о женщинах, как о вещах, которые можно купить, пользоваться и выбросить, когда надоест или износится.

В женских же группах, несмотря на активные феминистские движения, достойных мужчин продолжают описывать как сильных, богатых и способных решить любую проблему. Следовательно, у девушек зачастую складывается нереалистичный образ спутника, что, впоследствии, ведет к записям, где встает вопрос о существовании «мужчин похожих на мужчин». На наш взгляд, данные процессы взаимопересекаемы: мужчинам, как правило, не нужны длительные серьезные отношения, вследствие повсеместной тенденции к инфантилизму, женщины, зная об этом, по-прежнему нуждаются в защитнике и муже, за которым можно чувствовать себя «как за каменной стеной», долго не находят и обсуждают это в социальных сетях.

Таким образом, становится очевидно, что социальные сети отражают гендерное неравенство, и способствуют формированию гендерных стереотипов как у мужчин, так и у женщин. Такого рода контент противоречит принципам российского государства (согласно Конституции РФ), основанных на всеобщем равенстве. Сексистские представления, циркулируемые в российском обществе ограничивают права и возможности как женщин, так и мужчин в различных сферах общественной жизни, особенно это негативно сказывается на сфере семейных отношений, о чем свидетельствует высокая статистика разводов в последние годы: более половины заключающихся браков распадается (2016 год: количество зарегистрированных браков - 985836, количество разводов - 608336) [6]. Данные процессы тормозят развитие гражданского общества в России, приводят к нарастанию непонимания, агрессии и деструктивности в социальных связях и отношениях. Необходимо восстанавливать утраченные ценности: повсеместно возвращать в подрастающем поколении истинные представления о любви, добре, красоте и справедливости.

Источники и литература

- 1) Мансурова А.А., Ибрагимова П.А. Гендерные стереотипы и сексизм в социальных медиа // Международный научно-исследовательский журнал. 2017. No. 4(58). С. 59-61.
- 2) Петрова, Р.Г. Гендерология и феминология: Учебное пособие. М., 2010.
- 3) Юношева М.И., Крикунова Ю.А. Социальные представления о гендерных различиях в профессии педагога // Научно-методический электронный журнал «Концепт». 2017.No. S14. С. 40-45.
- 4) Аудитория ВКонтакте [Электронный ресурс] Режим доступа: https://vk.com/page-47200925_44240810
- 5) Гендерные стереотипы [Электронный ресурс] Режим доступа: https://ru.wikipedia.org/wiki/Гендерные_стереотипы
- 6) Браки и разводы в Российской Федерации [Электронный ресурс] Режим доступа: http://www.gks.ru/free_doc/new_site/rosstat/smi/prez_love0707.pdf