

# YOUNG PEOPLE'S ATTITUDES TOWARDS GENDER PATTERNS BROADCAST THROUGH SOCIAL NETWORKS

Grinevich D.O. (Russian Federation) Email: Grinevich53@scientifictext.ru

*Grinevich Darya Olegovna - Bachelor in Psychology,  
FACULTY OF PSYCHOLOGY,  
SAINT-PETERSBURG STATE UNIVERSITY, SAINT-PETERSBURG*

**Abstract:** *the aim of research was to study the attitude of young people towards gender models translated by social networks. 30 men and 30 women, age 17-18, living in Moscow and Saint-Petersburg, students of final school year or first year university students. We determined the main broadcasters – the most popular video bloggers. Using content analysis we compiled 19 messages related to gender models, participants agreed or disagreed with them. Data processing: content analysis, descriptive statistics. Results: messages from social networks contain gender stereotypes or emphasize the difference between men and women. Some broadcast gender equality or point to the problems of gender inequality. Messages about behavior are the most frequent, then cognitive aspects, and less often emotional ones. Boys more often than girls agree with messages corresponding to gender stereotypes. A group emerged that simultaneously supports contradictory messages.*

**Keywords:** *gender, social media, YouTube, gender model, internet.*

## ОТНОШЕНИЕ МОЛОДЫХ ЛЮДЕЙ К ГЕНДЕРНЫМ МОДЕЛЯМ, ТРАНСЛИРУЕМЫМ СОЦИАЛЬНЫМИ СЕТЯМИ Гриневич Д.О. (Российская Федерация)

*Гриневич Дарья Олеговна - бакалавр психологии,  
факультет психологии,  
Санкт-Петербургский государственный университет, г. Санкт-Петербург*

**Аннотация:** *изучалось отношение молодых людей к гендерным моделям, транслируемым социальными сетями. Выборка: 30 юношей и 30 девушек учащихся 11 класса и студентов первого курса вузов 17-18 лет, из Москвы и Петербурга. В ходе опроса определены основные трансляторы гендерных моделей в социальных сетях – популярные блогеры на YouTube, на основе анализа цитат выделены их основные гендерные послания. Обнаружено, что послания характеризуются противоречивостью. Изучена степень согласия/несогласия с посланиями молодых людей. Обработка данных: контент-анализ, описательная статистика. Результаты: чаще послания, транслируемые социальными сетями, содержат гендерные стереотипы или делают акцент на различии мужчин и женщин. Реже транслируют равенство полов или указывают на проблемы гендерного неравенства. Юноши чаще девушек соглашались с посланиями соответствующими гендерным стереотипам.*

**Ключевые слова:** *гендер, гендерная модель, интернет, социальные сети, YouTube.*

Рост актуальности исследований гендерной проблематики связан с популяризацией феминистического дискурса в обществе (американский словарь Merriam-Webster назвал «феминизм» словом 2017 года) и со значимостью гендерного феномена для отдельно взятого человека, его жизни, самореализации, а также, для организации общества в целом.

Гендер усваивается в сознании с раннего детства в виде гендерных представлений и гендерных стереотипов. Дети наблюдают нормы, правила и ценности гендерной культуры, в которой уже созданы социально-детерминированные представления о специфичности женского и мужского. С детского возраста и далее во всех возрастных периодах, люди интериоризируют и затем воспроизводят гендерные нормы, отклонение от которых может привести к осуждению со стороны общества.

Гендерная модель - это совокупность социально-культурных представлений о мужчинах и женщинах, транслируемых значимыми близкими, общественными институтами и средствами массовой информации. Понятие гендерной модели тесно связано с понятием гендерных стереотипов и гендерных ролей.

Среди внесемейных агентов транслирующих гендерную модель велико влияние средств массовой информации, таких как реклама, телевидение и интернет.

Они распространяют информацию, транслируют основные образцы восприятия и идеалы современной культуры, которая всё больше обретает черты информационной [5]. Множество исследований посвящено влиянию рекламы и телевидения на гендерно-ролевое поведение и формирование гендерных стереотипов [1,2,6,10,11]. К концу 10-х годов XXI века, становится очевидно, что основной коммуникационной площадкой для молодых людей по всему миру становится сеть интернет [4,7]. Молодёжная аудитория практически не находится под влиянием телевидения, изучать

агентов информационного давления и транслируемые ими гендерные модели следует среди интернет-ресурсов.

Имеющиеся исследования контента в социальных сетях показали высокое количество сексистских мемов и шуток. Публикации в социальных сетях преимущественно состоят из убеждений, основанных на гендерных стереотипах [8,9,12].

Целью нашего исследования стало изучение отношения молодых людей к гендерным моделям, транслируемым социальными сетями.

Методики исследования: контент-анализ восьми наиболее популярных YouTube каналов и авторская анкета, основанная на 19 посланиях, выделенных в результате этого анализа. Участники (30 девушек и 30 юношей 17-18 лет, проживающие в Москве и Санкт-Петербурге) должны были выразить своё согласие/несогласие с каждым из посланий.

По результатам предварительного опроса были выделены следующие восемь наиболее популярных YouTube каналов (Табл. 1)

Таблица 1. Распределение YouTube каналов по популярности среди юношей и девушек

Название канала	Выбрали девушки	Выбрали юноши	Всего
1. Вдудь	19	10	29
2. Поперечный	19	8	27
3. BadComedian	13	11	24
4. Съендук	9	11	20
5. КликКлак	15	5	20
6. TrashSmash	11	4	15
7. ТОПЛЕС	7	7	14
8. SmetanaTV	10		10

Содержание этих каналов было проанализировано с целью выделения основных «посланий» для аудитории в отношении гендера. Было просмотрено от 5 до 10 видео с каждого канала (в зависимости от их длительности), видео отбирались из раздела «самые популярные», а также по названию (выделялись названия, содержащие в себе слова, относящиеся к гендерной тематике).

Всего было выделено 56 цитат, на основе которых была составлена анкета. Послания представлены в таблице 2.

Наше исследование подтвердило, что в основном эти послания соответствуют гендерным стереотипам, касающимся разных сфер жизни и разных характеристик личности. Большинство посланий, как и на телевидении, транслируют стереотипное представление о женщинах. Это образ молодой и красивой, но глуповатой девушки, которая живёт эмоциями и не умеет себя контролировать. Многие послания касаются различий мужчин и женщин, «неоспоримых, созданных природой».

Стереотипы о мужчинах встречаются в разы реже, при этом некоторые из них носят позитивную окраску (о мужчинах в политике, например).

В то же время появляются послания, транслирующие, что различий между мужчинами и женщинами не так уж и много, и многие из них вызваны влиянием общества и воспитанием. Встречаются послания, указывающие на проблемы, связанные с гендерным неравенством (например, различие в оплате труда у женщин и мужчин). То есть послания в сети интернет начинают отражать развитие общества, его путь к принятию людей вне зависимости от их пола, однако так как этот путь только начинается, многие послания противоречат друг другу.

В целом интернет-ресурсы предлагают противоречивые послания в отношении гендера: традиционные и эгалитарные, однако преимущество остается за традиционными посланиями, иногда даже мифическими (например, «Женщины не тупые, но они мыслят немного по-другому, другая химия в голове»).

Эти послания, складываясь вместе, наполняют гендерную модель. Соглашаясь, или не соглашаясь с ними, человек усваивает или отвергает эту гендерную модель для себя.

В результате были получены следующие распределения согласия/несогласия с выделенными посланиями (Табл. 2)

Таблица 2. Процентное соотношение согласных и несогласных с транслируемыми посланиями среди юношей и девушек

Послание	Девушки		Юноши	
	Согласны (%)	Не согласны (%)	Согласны (%)	Не согласны (%)

1. Девушка – это красивое дополнение к мужчине	10	90	16,7	83,3
2. В России в общественном сознании политик мужчина в любом случае будет иметь преимущество перед женщиной	86,7	13,3	80	20
3. Девушки существуют для удовольствия мужчин	0	100	0	100
4. Женщины не тупые, но они мыслят немного по-другому, другая химия в голове	50	50	63,3	36,3
5. Девушки часто обижаются из-за пустяков	20	80	66,7	33,3
6. Ты-девушка. И ты сама себе хозяйка. Ты в праве распоряжаться своим телом как тебе вздумается	96,7	3,3	86,7	13,3
7. Девушки менее агрессивны чем парни	50	50	36,7	63,3
8. Между мужчинами и женщинами всегда есть конкуренция, женщине проиграть стыдно	36,7	63,3	23,3	76,7
9. Женщины чаще унижают, преследуют и нападают на возлюбленных, чем мужчины	13,3	86,7	33,3	66,7
10. С помощью макияжа девушки маскируются под более красивую девушку, чтобы замотать парня получше	26,6	73,4	53,3	46,7
11. Мальчикам ударяют в голову гормоны, которые заставляют их рисковать, ввязываться в конфликты и творить сумасшедшие вещи	66,7	33,3	86,7	13,3
12. Женщин слабо развито чувство юмора, по сравнению с мужчинами	13,3	86,7	40	60
13. Мужчины более импульсивны и меньше контролируют себя	40	60	33,3	66,7
14. Мужской и женский мозг не одинаковы, отличий огромное количество	33,3	66,7	63,3	36,7
15. Женщинам лучше не показывать, что они умнее мужчин	20	80	6,7	93,3
16. Многие различия мужчин и женщин вызваны воспитанием в обществе	96,7	3,3	96,7	3,3
17. Мужчины и женщины разные, но сходств гораздо больше, чем отличий	90	10	73,3	26,7
18. Женщины имеют меньший доход, чем мужчины	63,3	36,3	53,3	46,7
19. Мужчинам не нужно заботиться о своей внешности и уходе за собой.	10	90	13,3	86,7

В ходе анализа согласия/несогласия с посланиями среди юношей и девушек, были сделаны следующие **выводы**:

- Большинство гендерных моделей, транслируемых социальными сетями характеризуются высоким количеством стереотипизированных представлений о мужчинах и, особенно, женщинах, акцентируют внимание на различиях мужчин и женщин. Некоторые являются более прогрессивными и указывают на сходство мужчин и женщин, на проблемы, связанные с гендерным неравенством, однако их достаточно мало.

- Юноши согласны с большинством представленных посланий (11 из 19), большинство девушек поддержали только 8 посланий из 19, что может свидетельствовать о большей готовности юношей воспринимать информацию, соответствующую гендерным стереотипам, и меньшей готовности девушек.

- В степени согласия/несогласия с некоторыми посланиями (например, такими как: №9 Женщины чаще унижают, преследуют и нападают на возлюбленных, чем мужчины и №13 Мужчины более импульсивны и меньше контролируют себя) проявляется «битва полов», участники стремятся показать свой пол более позитивно и не соглашаются с негативными посланиями о нём, зато соглашаются с негативными посланиями о другом поле.

- У части опрошенных (около 35%) имеется противоречие, выражающееся в согласии со сходством мужчин и женщин и большим влиянием воспитания на возникающие различия, и при этом согласием с посланиями, транслирующими мнение о сильном различии мужчин и женщин, что может свидетельствовать о противоречиях в представлениях о гендере.

- Среди девушек встречается явление внутренней мизогонии, так больший процент девушек, чем юношей, поддерживает мнение о том, что женщина не будет успешным политиком в России, что женщине стыдно проиграть и что женщине не стоит показывать, что она умнее мужчины. В то же время, это можно связать с тем, что девушкам более знакомы ситуации, в которых они не могут полноценно проявить себя из-за гендерной принадлежности, они чаще замечают негативные отношения к самим себе, чем юноши замечают проявление негативных реакций в отношении девушек.

- Юноши чаще, чем девушки, поддерживают послания, акцентирующие внимание на различиях мужчин и женщин.

1. *Андреева Г.М.* Социальная психология. М.: Аспект-Пресс, 2009. 363 с.
2. *Берн Ш.* Гендерная психология. М.: Прайм-Еврознак. 2004. 320 с.
3. *Ильиных С.А.* Гендерная проблематика: понятия, интерпретация данных и эвристические возможности корреляционного анализа // [Электронный ресурс]. 2012. Режим доступа: <https://www.sworld.com.ua/index.php/ru/modern-linguistics-and-intercultural-communication-c112/11930-c112-032/> (дата обращения: 06.07.2018).
4. *Калинина Е., Воронова Л.* Where men and women make a jest, a problem lies concealed". A multilayered analysis of russian infotainment tv programs projectorparishilton and devchata // Gender and Media Annual book, Moscow: Faculty of Journalism, MSU. 2010.
5. *Кон И.С.* Ребенок и общество: учеб. пособие. М.: Владос, 2003. 336 с.
6. *Лобанова Ю.В.* От телевидения к интернету: открытая стратегия коммуникации // Точки над Ё. 2012. № 1. С. 74-77.
7. *Макаренко Б.* Эволюционный путь к современности // Независимая газета. Август, 2011.
8. *Мансурова А.А., Ибрагимова П.А.* Гендерные стереотипы и сексизм в социальных медиа // Филологические науки. В.4. (58) 2017.
9. *Полуэхтова И.А.* Динамика российской телеаудитории // Социологические исследования, № 1, Январь 2010, С. 66-77.
10. *Atkin O.J., Moorman J., & Linn C.A.* Ready for prime-time: Network series devoted to working women in the 1980's. Sex Roles, 25, 1991. P. 677-685.
11. *Crabb P.B. & Bielawski D.* The social representation of material culture and gender in children's books. Sex Roles, 30(1-2), 1994. P. 69-79.
12. *Drakett J., Rickett B., Day K., Milnes K.* Old jokes, new media – Online sexism and constructions of gender in Internet memes Show less // Feminism & Psychology, February 8, 2018 P. 109-127.