

DOI: 10.24412/1994-3776-2023-2-156-161

УДК: 316.6

А.В. Копусова

ВЛИЯНИЕ ГЕНДЕРНЫХ СТЕРЕОТИПОВ В МЕДИАПРОСТРАНСТВЕ НА ПРЕДСТАВЛЕНИЕ ЛЮДЕЙ О ГЕНДЕРЕ

A. Kopusova The influence of gender stereotypes in the media space on people's perception of gender

Аннотация. Статья посвящена рассмотрению гендерных стереотипов, которые присутствуют в медиапространстве. Рассмотрено негативное влияние этих стереотипов на формирование представлений людей о гендере, своих гендерных ролях в обществе и о возможностях реализации своих способностей. Представлены возможные пути решения проблемы гендерных стереотипов, даны рекомендации и сделаны выводы по данной теме, основанные на проведенном исследовании.

Ключевые слова: гендер, стереотип, гендерный стереотип, медиапространство, дискриминация.

Контактная информация: 193023, Санкт-Петербург, Садовая ул., д.21, тел.: (812) 310-19-04; e-mail: kopusovaarina@gmail.com

Abstract: The article is devoted to the consideration of gender stereotypes that are present in the media space. The negative impact of these stereotypes on the formation of people's ideas about gender, their gender roles in society and the possibilities of realizing their abilities is considered. Possible ways of solving the problem of gender stereotypes are presented, recommendations are given and conclusions are drawn on this topic, based on the study.

Keywords: gender, stereotype, gender stereotype, media space, discrimination.

Contact information: 21 Sadovaya street, Saint Petersburg, 193023; e-mail: kopusovaarina@gmail.com

В современной культуре и информационном обществе медиапространство является существенной частью нашей жизни. Оно влияет на наши взгляды, представления и мнения о мире. Однако медиа также может усиливать гендерные стереотипы, которые ограничивают свободу и определяют роль женщин и мужчин на работе, в семье и в обществе.

Сегодня медиапространство имеет очень сильное влияние на представление людей о тех, или иных вещах, темах и явлениях в обществе. И гендер не является исключением. В медиапространстве вы можете столкнуться с множеством гендерных стереотипов. Начиная от рекламы по телевизору, в которой мужчине и женщине приписывают стереотипные образы, и заканчивая шутками в пабликах, размещенных на различных платформах в открытом доступе.

Проведенное исследование по теме гендерный стереотип расширяет понимание о гендерных стереотипах: исследования помогают понять, что такое гендерные стереотипы и как они формируются в обществе. Помогает бороться с неравенством в обществе: гендерные стереотипы часто являются причиной неравенства между мужчинами и женщинами, поэтому изучение их может помочь в борьбе с этим неравенством. Знание о гендерных стереотипах поможет людям стать более толерантными, осознать, что не все люди соответствуют гендерным стереотипам. В современном мире представление о женщинах и мужчинах начинает меняться, черты маскулинности и феминности видоизменяются, принимают новые форма. И, казалось бы, границы стираются, но гендерные стереотипы все еще являются неотъемлемой частью в формировании мнения людей о гендерах и гендерных ролях. Именно

Копусова Арина Валентиновна – студент Санкт-Петербургского государственного экономического университета.

A. Kopusova - student of Saint-Petersburg State University of Economics.

©Копусова А.В., 2023

поэтому изучение гендерных стереотипов и их влияние на гендерную самоидентификацию необходимо.

В настоящее время тема гендеров и гендерных стереотипов все чаще становится поводом для обсуждений, все больше людей начинают интересоваться этими понятиями, пытаются применить их к себе, сравнить себя с ними и самопознать себя.

Гендер – это социальный пол, который определяется манерами человека, паттернами поведения и прочими признаками, характерными для определенного пола. В научный оборот понятие «гендер» ввел сексолог Джон Мани (1955 г.), который работал с такими явлениями, как гермафродитизм и транссексуализм. Введение «гендера» в область психологической науки произошло благодаря Роберту Столлеру, американскому психоаналитику.

Что касается гендерные стереотипов, то – это сложившиеся в обществе, плотно укоренившиеся в сознании людей, наборы представлений и ожиданий, связанных с поведением мужчины и женщины. Гендерные стереотипы считаются устойчивыми, постоянными, порой даже неизменными. Например, что современные представления о мужских эмоциях, слезах и в целом о сентиментальности мужчин, что предыдущие эпохи, для мужчин всегда считалось, что проявление излишней сентиментальности – это не поведение «настоящего мужчины», а ведь что есть «настоящий мужчина»? С древнейших времен мужчина предстает перед нами, как добытчик, глава семьи и сила, возможно даже власть. Качества, приписываемые мужчинам – это чаще всего, что-то что поможет нам почувствовать всю его силу, яркие эмоции, такие как гнев. Также мужчин считают более рациональными, безэмоциональными, грубыми, более справедливыми, и более бесчувственными, нежели женщины. Точно также как с древнейших времен сохраняется стереотип о том, что женщина – это «хранительница семейного очага» и место ей только на кухне. Однако, гендерные стереотипы подвергаются изменению по мере того, как изменяются социальные представления и нормы. Стереотип женщины и мужчины, если мы говорим о мужчинах и женщинах в целом, не привязываясь к их личным особенностям, за последние сто лет очень изменился — уже нет прежних однозначных, «стандартных» представлений о мужчине как единственном источнике дохода, кормильце и добытчике семьи и о женщине как о слабом поле, не способном ничего сделать без мужчины.

Гендерные стереотипы формируются на протяжении длительного времени, и чаще всего от них тяжело избавиться, даже когда общество начинает осознавать негативное влияние данных стереотипов.

Все гендерные стереотипы носят эмоционально-оттеночный характер. В любом гендерном стереотипе изначально заложена оценка, будь то женственная чувствительность, слабость, эмоциональность, пассивность, или же мужская грубость, самоотверженность, спокойствие и самообладание. Такая оценка может иметь разные значения, например: женщина эмоциональна, значит она капризна, чувствительна, нестабильна в то время, как эмоциональные мужчины считаются добытчиками и хорошими, надежными лидерами, способными повести за собой людей. [1]

Представления о том, какой должна быть «настоящая женщина», например: обязательно родить ребенка, вести себя скромно, уметь готовить, быть всегда ухоженной, и соответствовать стандартам красоты. Как должен или не должен вести себя в той или иной ситуации мужчина, например: если мужчине больно, он не должен плакать, ведь это будет считаться проявлением слабости, а с настоящим мужчиной никогда не плачет. Нормативность проявляется даже в одежде и внешнем виде в целом. Мужчина не должен носить платья, длинные стрижки, женщина же, должна пользоваться косметикой, ухаживать за собой. Исходя из вышперечисленного, гендерные стереотипы можно считать нормативным.

Даже социальные роли подвергаются стереотипизации. Маскулинностью называют набор личностных и поведенческих черт, соответствующих стереотипу «настоящего мужчины». Феминность, соответственно, — это набор личностных и поведенческих черт,

соответствующих стереотипу «настоящей женщины». Маскулинность традиционно связывается с публичной сферой жизни — участием в жизни общества, работа в компаниях, вне дома. Фемининность с частной, приватной сферой — семьей, воспитанием детей, созданием уюта и поддержанием семейного очага. Мужчина воспринимается как работник и гражданин, а женщина — как жена, какого-то мужчины (гражданина) и мать его детей. Обычно при описании гендерных стереотипов имеют в виду некий обобщенный образ женщины/мужчины без учета каких-либо других статусных характеристик. Однако «женщины вообще» и «мужчины вообще» не бывает. Человек обладает большим количеством самых разных социально статусных позиций, многие из которых могут изменять содержание гендерных стереотипов.

Многие исследователи задавались вопросом: влияет ли гендерная стереотипизация на общество? Для ответа на этот вопрос необходимо исследовать механизмы эксплуатации гендерных стереотипов в всех сферах общественной жизни людей в обществе и обратное влияние экономического и политического дискурса на гендерную стереотипизацию.

Гендерные стереотипы являются социально разделяемыми представлениями. И человек, желая быть «таким, как все», пытается соответствовать стереотипам, репрезентирует себя в социально приемлемой манере. Чаще мы замечаем тех, кто не соответствует стандартам, чех, кто выбивается из толпы, тех, кого называют: не такой, как все. Многие глазают, не понимают и даже осуждают таких людей. Например: если не привычно для нас, мужчина, а не женщина уйдет в декретный отпуск, потому что мать ребенка получает зарплату выше, чем ее муж, то такая ситуация считается нестандартной, а поступок может вызвать негативную реакцию со стороны общественности.

Выбор профессий тоже может быть, стереотипизированным и социально-осуждаемы. Существуют, так называемые, «мужские профессии», например: летчик, водитель, директор и «женские профессии», например: парикмахер, учитель, воспитатель. [2] Все эти подразделения, опять же, предписаны гендерными ролями. Причем для мужчины здесь нормы более жесткие, чем для женщины (мужчина, работающий няней в детском саду, также вызывает недоумение, и возможно даже осуждение общества в связи с несоответствием этой профессии и его гендерной принадлежности). Можно сделать вывод, что гендерные стереотипы являются мощным рычагом социального контроля, и что влияют они на практически все сферы нашей жизни, поэтому их изучение, как никогда важно.

Проводниками гендерных стереотипов являются большинство социальных институтов — СМИ, семья, образование, государство, медиапространство и т.д. Наиболее влиятельным из всех являются СМИ, и прежде всего телевидение и Интернет, показывающее, что есть настоящая мужественность и женственность, как подобает себя вести в различных ситуациях мужчине и женщин.

Медиапространство — это совокупность средств массовой информации, таких как телевидение, радио, Интернет, газеты и журналы. Оно оказывает значительное влияние на человека, влияя на его мировоззрение, поведение, отношения с окружающими и жизненный стиль. Медиапространство также создает и формирует общественное мнение, оказывая влияние на все сферы жизни человека.

Качество информации, которая излагается в СМИ — это первое, что оказывает влияние на человека. Она может быть достоверной либо подвергаться изменениям и манипуляциям. Важно тут то, как люди используют медиа. Они могут потреблять информацию, могут быть активными участниками и создателями контента. Социальные сети являются средством для социального взаимодействия, нахождения себя, но также могут спровоцировать целый ряд проблем, таких как психические расстройства, зависимость и так далее. Влияние медиапространства на каждого человека может быть разным и зависеть от многих факторов таких как: социального статуса, образования и кругозор. Однако, медиа и его влияние — это неизбежный процесс в современном мире.

Гендерные стереотипы в медиапространстве могут сильно влиять на восприятие человеком своего гендера и роли, которую ему приписывает общество. Стереотипы могут оказывать негативное влияние на самовосприятие и самооценку людей, которые не соответствуют этим стереотипам. Стереотипные образы часто используются для того, чтобы что-то продать. Например, женщины и девушки часто сексуализируют, что может создавать у молодых женщин необоснованные требования относительно их внешности и поведения. Мужчины же сталкиваются с образом мачо, в котором от них ожидают безразличия к чувствам других людей, агрессивность и безупречность. Все это негативно влияет на восприятие людей самих себя.

Медиапространство оказывает глубокое влияние на формирование гендерных стереотипов в обществе. Основываясь на социологических исследованиях, можно сделать вывод, что по телевидению, в рекламе, кино, сериалах, социальных сетях и других медиа женщины и мужчины предстают перед зрителем в стереотипных образах.

Мужчины могут быть изображены как сильные, агрессивные и решительные, а женщины - как слабые, эмоциональные и зависимые. Такие стереотипы приводят к неравенству полов и дискриминации, а также могут ограничивать выборы и возможности женщин и мужчин в повседневной жизни. Гендерное неравенство является одной из самых острых проблем в современном мире и причина тому гендерные стереотипы и их распространение. В России, как и во многих других странах, неравенство между мужчинами и женщинами все еще существует и оказывает негативное влияние на жизнь многих людей.

Гендерная дискриминация в интернете – это проявление предвзятости и пристрастий на основе пола. Она может проявляться в виде ненавистных комментариев, некрасивых и обидных шуток, унижающих картинок и мемов. Гендерная дискриминация в интернете является проблемой, которую необходимо решать.

После проведенного исследования, я сделал выводы и подобрала возможные варианты борьбы с данной проблемой.

К счастью, в последние годы происходят положительные изменения в медиапространстве в отношении гендерных стереотипов. Благодаря женским движениям и инициативам женщины получили больше места и уважения в обществе, существует множество онлайн-сообществ в защиту женщин, а их представление в медиа стало положительным.

Доступность информации и ее разнообразие позволяет каждому человеку распространять не гендерностереотипный контент. Свободное от гендерных стереотипов медиапространство отображает гендерное многообразие, где каждый может проявлять свою индивидуальность, интересы и потребности. Медиапространство вносит значительный вклад в создание более равноправного общества, которое ценит каждого человека независимо от его гендерной принадлежности. Оно играет большую роль в формировании гендерных стереотипов.

В рамках исследовательской работы было проведено собственное социологическое исследование, темой которого является Гендерные стереотипы, размещенные в медиапространстве и их влияние на восприятие людьми своих гендеров. Целью исследования было – определение степени влияния гендерных стереотипов, размещенных в медиапространстве, на представление молодежи о гендере. Была выдвинута гипотеза: гендерные стереотипы, размещенные в медиапространстве, имеют значительное влияние на представление молодежи о гендерах. В ходе исследования данная гипотеза подтвердилась. В связи с этим были сделаны выводы по данной теме. Большая часть респондентов считает, что гендерные стереотипы, размещенные в медиапространстве, имеют значительное влияние на представление молодежи о гендерах. Респонденты женского пола внимательнее относятся к просматриваемому контенту, чаще замечают гендерные стереотипы. Респонденты

мужского пола чаще дают односложные ответы, и многие не смогли привести ни одного примера гендерного стереотипа.

Также были разработаны рекомендации:

1. Нужно стараться создавать контент, который отображает равноправие между гендерами.
2. Важно отмечать заслуги женщин в медиа.
3. Рассказывать о их достижениях в различных областях и прекрасную работу, которую они выполняют.
4. Избегать использования женских тел и сексуализации женщин в медиапродуктах.
5. Основной упор должен делаться на качество и заслуги, а не на внешность и контуры женского тела.
6. Сотрудничество с женскими организациями и активистами по борьбе с женской дискриминацией, гендерным стереотипам и нарушениям женских прав.
7. Работа с аудиториями – это также важный момент в борьбе с гендерными стереотипами в медиа.

Очевидно, наши представления о том, какие должны быть мужчины и женщины, формируются не только в медиа, но и в школе, семье и культуре в целом. Однако, медиа несут на себе ответственность за создание образов, которые мы часто считаем нормальными. Гендерные стереотипы, распространяемые в медиапространстве, могут прямо или косвенно влиять на нашу жизнь. Например, они могут породить низкую самооценку у женщин, которые не соответствуют идеалу красоты, распространяемому медиа, или напротив, поощрять агрессивное поведение у мужчин. Поэтому важно не только отмечать негативные образы в медиапространстве, но и активно поддерживать положительные и разнообразные образы мужчин и женщин. Мы должны учиться видеть людей за их индивидуальные качества и не ограничивать их гендерными стереотипами.

Медиа влияют на нас и обеспечение разнообразия и позитивных образов - ключевой момент для создания более здорового и равноправного общества.

Литература

1. Андронникова О. О. Гендерная дифференциация в психологии / О. О. Андронникова. — Москва : Вузский учебник : ИНФРА-М, 2019. — 264 с.
2. Бендас Т. В. Гендерная психология: Учебное пособие. [Текст] / — СПб.: Питер, 2006. — 431 с: ил. — (Серия «Учебное пособие»).
3. Бендас Т.В. Гендерная психология: учеб. пособ. СПб.: Питер, 2007. 431 с.
4. Воронина О.А. Гендерная культура в России: традиции и новации. — М.: Институт философии Российской академии наук, 2018.— 111 с.
5. Гендерная психология и педагогика : учебник и практикум для вузов / под общ. ред. О. И. Ключко. — Москва : Юрайт, 2020. — 404 с.
6. Заблоцкая, В. С. Гендерные стереотипы / В. С. Заблоцкая, Н. Е. Сорокина. — Текст : непосредственный // Юный ученый. — 2016. — № 6 (9). — С. 122-125
7. Зинкин Е. А. Приложения, социальные сети и мессенджеры как платформы распространения новостного контента СМИ // Огарев-online. 2019. № 1. URL: <http://journal.mrsu.ru/arts/prilozheniya-socialnye-seti-i-messendzhery-kak-platformy-rasprostraneniya-novostnogo-kontenta-smi> .
8. Кальянова, С. А. Особенности регулирования труда женщин, лиц с семейными обязанностями / С. А. Кальянова. — Текст : непосредственный // Молодой ученый. — 2021. — № 8 (350). — С. 84-86. — URL: <https://moluch.ru/archive/350/78677/>
9. Киселева, Т. В. Правовые основы для равных возможностей (на примере формирования и реализации финского закона о равенстве мужчин и женщин) / Т. В. Киселева. — Текст : непосредственный // Новый юридический вестник. — 2023. — № 1 (40). — С. 36-38. — URL: <https://moluch.ru/th/9/archive/242/8041/>
10. Козина И. М. Профессиональная сегрегация: гендерные стереотипы на рынке труда // Социологический журнал. 2002. № 3. С. С. 126-136.

11. Козыч, С. С. Актуальные проблемы прав женщин в современном мире / С. С. Козыч, В. М. Абдрашитов. — Текст : непосредственный // Молодой ученый. — 2021. — № 51 (393). — С. 213-216. — URL: <https://moluch.ru/archive/393/86977/>
12. Малахаева С.К., Пашенцева А.А. Гендерная идентичность в условиях современного мира // Молодой ученый. 2021. № 23 (365). С. 474-478.
13. Малахаева, С. К. Гендерная идентичность в условиях современного мира / С. К. Малахаева, А. А. Пашенцева. — Текст : непосредственный // Молодой ученый. — 2021. — № 23 (365). — С. 474-478. — URL: <https://moluch.ru/archive/365/81861/>

DOI:10.24412/1994-3776-2023-2-161-169

УДК: 316

С.О. Вернигора, Е.В. Соловьева

ОСНОВНЫЕ ПРОБЛЕМЫ МОЛОДЕЖНОГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА В СОВРЕМЕННОЙ РОССИИ

S. Vernigora., E. Solovieva. The main problems of youth entrepreneurship in modern Russia

Аннотация. Стоит отметить особую роль молодежного предпринимательства в функционировании и развитии современной Российской экономики. Учитывая спектр проблем, необходимо срочное и интенсивное развитие отечественного бизнеса. Понимание отношения молодежи к современному российскому бизнесу позволит понять перспективы развития отечественной экономики в краткосрочной и долгосрочной перспективах. Особое внимание в данной статье будет обращено на представление российской молодежи о предпринимательской деятельности, возможных рисках и противоречиях, ей сопутствующих, а также на определение самооценки молодых людей в плане предпринимательских способностей.

Ключевые слова: предпринимательство; молодежь; молодежное предпринимательство; бизнес; бизнес-проект; проблемы предпринимательства.

Контактная информация: 193023, Санкт-Петербург, Садовая ул., д.21, e-mail: solowyowa.zhen@gmail.com.

Abstract. It is worth noting the special role of youth entrepreneurship in the functioning and development of the modern Russian economy. Given the range of problems, urgent and intensive development of domestic business is necessary. Understanding the attitude of young people to modern Russian business will help to understand the prospects for the development of the domestic economy in the short and long term. Particular attention in this article will be paid to the perception of Russian youth about entrepreneurship, the possible risks and contradictions that accompany it, as well as to the definition of young people's self-assessment in terms of entrepreneurial ability.

Keywords: enterprise; youth; youth enterprise; business; business project; problems of enterprise.

Contact information: 21 Sadovaya street, Saint Petersburg, 193023; e-mail: solowyowa.zhen@gmail.com.

Ряд современных исследователей (Ю. Б. Рубин, Н. А. Симченко, В. Ю. Острик, Р. М. Устаев и др.) отмечают особую роль молодежи в развитии российской экономики в силу социально-психологических особенностей данной демографической группы. Р. Р. Аскарков и Т. В. Коротаева из данных особенностей выделяют высокую степень инновационности, инициативности, внутренней мотивации, свободы в выборе целей и средств их достижения,

Вернигора Сергей Олегович – студент Санкт-Петербургского государственного экономического университета.

Соловьева Евгения Владимировна – студент Санкт-Петербургского государственного экономического университета.

S. Vernigora. - student of Saint Petersburg State University of Economics.

E. Solovieva. - student of Saint-Petersburg State University of Economics.

©Вернигора С.О., Соловьева Е.В. 2023