

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

Федеральное государственное автономное образовательное
учреждение высшего образования
«ЮЖНЫЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

Институт социологии и регионоведения
Кафедра отраслевой и прикладной социологии

СОЦИОГЕНДЕРНЫЕ РЕСУРСЫ СОВРЕМЕННОГО МИРА – 2023

СОЦИОГЕНДЕРНЫЙ КАЛЕЙДОСКОП – 2023

Материалы Шестой ежегодной Всероссийской научной видеоконференции с международным участием «Социогендерные ресурсы современного мира – 2023» (7 апреля 2023 г.) и Восьмой ежегодной Всероссийской научной студенческой видеоконференции «Социогендерный калейдоскоп – 2023» (15 декабря 2023 г.)

Научный консультант – доктор философских наук, профессор
Л.А. Савченко

Ростов-на-Дону – Таганрог
Издательство Южного федерального университета
2023

УДК 316.346.2 (063)
ББК 60.542.2 я431
С69

Редактор-консультант –
преподаватель кафедры отраслевой и прикладной социологии ИСиР
ЮФУ *А.Г. Красножон*

Рецензент:

доцент, доктор социологических наук *М.С. Астоянц*;

С69 Социогендерные ресурсы современного мира – 2023.
Социогендерный калейдоскоп – 2023: Материалы Шестой ежегодной
всероссийской научной видеоконференции с международным
участием «Социогендерные ресурсы современного мира – 2023» (7
апреля 2023 г.) и Восьмой ежегодной Всероссийской научной
студенческой видеоконференции «Социогендерный калейдоскоп – 2023»
(15 декабря 2023 г.) / Под. ред. д.ф.н. Л.А. Савченко ; Южный
федеральный университет. – Ростов-на-Дону ; Таганрог : Издательство
Южного федерального университета, 2023. – 212 с.
ISBN 978-5-9275-4573-5

В сборнике научных статей конференции представлены тезисы докладов
ученых-гендерологов и студентов, посвященные широкому кругу
социогендерной проблематики.

Рекомендуется специалистам в области гендерной социологии,
социальной антропологии, социологии, психологии и философии, а также всем
интересующимся современными научными теориями и разработками в сфере
социально-гуманитарного знания в междисциплинарном контексте.

Статьи публикуются в авторской редакции.

УДК 316.346.2 (063)
ББК 60.542.2 я431

ISBN 978-5-9275-4573-5

ВВЕДЕНИЕ

В сборнике представлены работы участников Шестой ежегодной всероссийской научной видеоконференции с международным участием «Социогендерные ресурсы современного мира – 2023» (7 апреля 2023 г.) и Восьмой ежегодной Всероссийской научной студенческой видеоконференции «Социогендерный калейдоскоп – 2023» (15 декабря 2023 г.).

Шестая всероссийская научная видеоконференция с международным участием «Социогендерные ресурсы современного мира – 2023» проводилась в целях реализации единого подхода к гендерному образованию в вузах:

- анализ методов прикладных исследований социогендерной повседневности в новых социальных реалиях;
- внедрение актуальной тематики в преподавание гендерной социологии;
- рассмотрение темы гендерного равноправия в современном мире, как актуального раздела гендерной социологии, требующего инновационных подходов к рассмотрению;

введение в преподавание социологических исследований по новым социогендерным реалиям: законодательство и повседневность.

В видеоконференции, проводившейся на базе платформы Microsoft Teams, приняли участие ученые, преподаватели, аспиранты и студенты из Финансового университета при правительстве РФ (г. Москва), Волгоградского государственного университета, Санкт-Петербургского государственного университета, Казанского государственного энергетического университета, Уральского государственного педагогического университета и т.д.

Ученые-гендерологи обменялись новыми подходами и методами исследования в области гендерной социологии, молодые исследователи получили возможность в дискуссии получить экспертные пожелания ведущих ученых.

Восьмая ежегодная Всероссийская научная студенческая видеоконференция «Социогендерный калейдоскоп – 2023» (15 декабря 2023 г.) проводилась в целях:

– обсудить новые направления и объекты молодежных исследований в свете формирования нового социогендерного порядка и рекомендовать их для интеграции в тематику студенческих проектных и дипломных (выпускных квалификационных) работ;

– проанализировать состояние гендерных ресурсов общественного развития;

оценить возможность интеграции социогендерных исследований в учебные практики.

В видеоконференции, проводившейся на базе платформы Microsoft Teams, приняли участие студенты из российских вузов: Финансового университета при правительстве РФ (г. Москва), Волгоградского государственного университета, Санкт-Петербургского государственного университета, Казанского государственного энергетического университета, Кемеровского государственного университета и др. Также в рамках работы разных площадок с докладами выступили иностранные студенты из Китая.

РАЗДЕЛ I.
МАТЕРИАЛЫ ШЕСТОЙ ЕЖЕГОДНОЙ
ВСЕРОССИЙСКОЙ НАУЧНОЙ ВИДЕОКОНФЕРЕНЦИИ
С МЕЖДУНАРОДНЫМ УЧАСТИЕМ
«СОЦИОГЕНДЕРНЫЕ РЕСУРСЫ СОВРЕМЕННОГО
МИРА – 2023»
(7 АПРЕЛЯ 2023 Г.)

ПЛОЩАДКА 1.
ЮЖНЫЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ,
г. Ростов-на-Дону

Роль отца в современной российской семье

Артамонова Я.В.

Институт социологии и регионоведения Южного федерального
университета, г. Ростов-на-Дону

Роль семьи в жизни каждого человека огромна. Значимость родных людей в нашей жизни невозможно переоценить. Семья понимает, принимает, поддерживает, закладывает в нас представления о счастье, добре и уюте.

По данным, полученным ФОМ в 2018 году, видно, что большинство россиян считают, что счастье – это семья, дети, внуки [1]. Данные 2023 года, опубликованные на сайте ВЦИОМ, также указывают на то, что для россиян составляющие счастья не изменились — это семья (24% от числа чувствующих себя счастливыми) [2]. Помимо семьи еще указаны такие компоненты, как здоровье свое и близких (21%), общая удовлетворенность жизнью (20%) и хорошая работа (19%) [2]. Таким образом, мы можем отметить, что человек чувствует себя счастливым благодаря своей семье.

Несмотря на значимость и ценность семьи в жизни каждого человека, нельзя не отметить тот факт, что сама семья трансформируется: по-

является все больше союзов, где люди находятся в незарегистрированном браке, в большей степени распространяется модель однодетных семей, отношение к разводам со стороны населения становится более лояльным, что сказывается на распространении неполных семей и семей, супруги которых находятся в повторных браках [3].

Данные трансформационные изменения, происходящие в семье, порождают интерес со стороны исследователей-фамилистов, поэтому в последние годы в отечественной науке активно развиваются различные направления исследования семьи и семейно-брачных отношений [4, С. 126]. В рамках данной работы особое внимание хотелось бы обратить на труды исследователей, которые занимаются вопросами, связанными с отцовскими установками [5], вовлеченностью отцов в воспитание детей [6; 7]. Данная тема, на наш взгляд, является весьма актуальной и менее проработанной отечественными исследователями, поскольку чаще всего в рамках современных исследований рассматриваются или же семейно-брачные отношения в целом или вопросы материнства и детства, а вот вопросы отцовства остаются менее разработанными. Хотя еще раз подчеркнем, что данная проблематика в последние годы вызывает заинтересованность среди научного сообщества и общественности. Также подчеркнем, что в 2021 году в России стали отмечать День отца, что, на наш взгляд, также подчеркивает актуальность изучения роли отца в семье.

Цель данной работы состоит в том, чтобы рассмотреть роль отца в жизни современной российской семьи.

Если обратиться к моделям отцовства в исследованиях семьи и родительства, то мы видим, что фиксируется две модели: традиционное отцовство и современное [7, С. 9-8]. Традиционное отцовство подразумевает, что мужчина в семье занимает роль «добытчика», является основным кормильцем семьи, в связи с чем не может проводить достаточного количества времени с ребенком, то есть отцу отводится роль «отец-кормилец», «отсутствующий отец» [8]. Современное отцовство вписано в идеологию гендерного равенства, и в рамках такой идеологии мужчина-отец активно принимает участие в воспитании своих детей, пытается найти баланс между работой и семьей: по данным портала Superjob.ru: «27% мужчин в случае рождения малыша однозначно готовы воспользоваться своим правом уйти в декрет, еще 16% скорее согласились бы на это» [9].

Какая же модель отцовства преобладает в российской семье?

По результатам опроса ВЦИОМ 2020 года видно, что «Современные отцы больше интересуются жизнью своих детей (62%, против 30%), чаще говорят о любви к своим детям (59%, не согласны 28%). Отношения между отцами и детьми стали более доверительными, по мнению более половины россиян (57%), не согласны с данным суждением 33%» [10]. Также стоит отметить, что более 80% россиян подчеркивают, что даже после распада семьи биологические отцы должны присутствовать в жизни детей [10].

По мнению россиян, оба родителя должны принимать активное участие в воспитании ребенка (93%), но 39% населения считают, что отцы действительно принимают активное участие в воспитании детей (женщины – 39%, мужчины 50%) [11]. Если же обратиться к ответу на вопрос: «На ваш взгляд, вы проводите с вашим ребёнком достаточно или недостаточно времени?», то мы видим, что сами отцы подчеркивают, что проводят не так много времени с несовершеннолетними детьми (52%, а у женщин – 22%). По данным ФОМ, 47% мужчин указывают, что имеют более близкие отношения с детьми, нежели чем были между ними и их отцом.

Несмотря на то, что российские семьи стремятся к эгалитарным отношениям, модель современного отцовства с вовлеченным родительством со стороны отцов только начинает входить в жизнь россиян. На наш взгляд, это связано с тем, что государство и сами женщины рассматривают отцов зачастую как менее компетентных в вопросах воспитания, особенно это касается маленьких детей.

Для того, чтобы укрепить модель современного отцовства в российской семье необходимо транслировать позитивный образ отцовства посредством СМИ и социальных медиа. Также стоит обратить внимание на консервативную семейную политику в России, пересмотреть второстепенную роль, которая отдается мужчинам в реальных практиках заботы о детях.

Литература:

1. Что такое счастье? URL: <https://fom.ru/TSennosti/14129>
2. Индекс счастья: мониторинг. URL: <https://wciom.ru/analytical-reviews/analiticheskii-obzor/indeks-schastja-monitoring>

3. *Саралиева З.Х., Янак А.Л., Рябинская Е.С.* Берегите мужчин! Стратегии сбережения мужчин в российских семьях // Социальное пространство. 2023. Т. 9. № 1. DOI: 10.15838/sa.2023.1.37.4 URL: <http://socialarea-journal.ru/article/29563>
4. *Артамонова Я.В.* Жизненный мир молодой семьи в России: методологический конструкт социологического исследования // Векторы благополучия: экономика и социум. 2021. №3 (42). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/zhiznennyu-mir-molodoy-semi-v-rossii-metodologicheskii-konstrukt-sotsiologicheskogo-issledovaniya> (дата обращения: 22.04.2023).
5. *Ильдарханова Ч.И., Барсуков В.Н.* Особенности и модели передачи отцовских установок между поколениями: опыт социологического анализа // Казанский экономический вестник. 2020. №6. С. 100-110.
6. *Янак А.Л.* Факторная модель отцовской вовлеченности // Журнал социологии и социальной антропологии. 2022. Т. 25, № 4. С. 140-176.
7. *Чернова Ж.В.* Репрезентации отцовства: социологический анализ блогов // INTER. 2018. №15. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/reprezentatsii-ottsovstva-sotsiologicheskii-analiz-blogov> (дата обращения: 22.04.2023).
8. *Рождественская Е.* Отцовство: либеральный тренд от отца к папе? // Социологический журнал. 2010. № 3. С.75–89.
9. Взять отпуск по уходу за ребенком вместо жены. URL: <https://www.superjob.ru/research/articles/113890/vzyat-otpusk-po-uhodu-za-rebenkom-vmesto-zheny-soglasilis-by-43/>
10. Отцы нашего времени. URL: <https://wciom.ru/analytical-reviews/analiticheskii-obzor/otczy-nashego-vremeni>
11. Роль отца в семье. URL: <https://fom.ru/Rabota-i-dom/14634?ysclid=lgqak5jcd111846731>

Отложенный брак в гендерном измерении

Богданова И.Н.

Южный федеральный университет. г. Ростов-на-Дону

Несмотря на все изменения современного института семьи брака, именно семья остается непреходящей терминальной ценностью для современной молодежи. Об этом свидетельствуют многочисленные социологические исследования последних лет. Жизненный успех молодежь всегда связывает с наличием крепкой семьи и детей. Вместе с тем представления современных молодых людей о предпочитаемых формах семейно-брачных отношений, особенностях репродуктивной, досуговой и хозяйственно-бытовой функций семьи, а также о нормах брачности претерпевают значительные изменения.

Трансформация института семьи и брака с точки зрения структурных изменений предполагает несколько векторов изменений. Прежде всего речь идет о предпочтениях в типе семейных отношений, в которых на смену патриархальному браку приходит супружеский, партнерский тип семейных отношений. В семье такого типа очевидно изменение репродуктивной функции - переход от многодетности к малодетности (в исключительных случаях - чайлд-фри). Паритетные отношения, увеличение семей бикарьерного типа, когда муж и жена озабочены прежде всего профессиональной самореализацией свидетельствуют о процессе перехода от фамилизации к индивидуализации. Как следствие, браки быстро распадаются, растет число неполных семей. Большой процент разводимости порождает снижение норм брачности и увеличение числа, так называемых, гражданских (консенсуальных) браков. Молодежь предпочитает такую форму брака, увеличивается число внебрачных детей. Все эти процессы, в конечном счете, взаимосвязаны друг с другом таким образом, что одни порождают другие, приводя к тому, что современная семья сегодня выглядит сложным вариативным социальным образованием. Современная социология семьи расширила типологии семей (семейных форм). В классификациях по разным критериям выделяются различные типы семьи и брака, которые актуализируются в современных условиях (патриархальные, партнерские, эгалитарные, нуклеарные, семьецентрические, де-

тоцентрические, многодетные, бездетные, малодетные, бикарьерные и т.д.).

Стоит напомнить, что все эти изменения не приводят к отрицанию молодежью семьи как таковой. Выбирается лишь та форма семейных отношений, которая наиболее удобна и отвечает потребностям молодых людей. Вместе с тем, при ближайшем рассмотрении нами выявлена еще одна особенность, которую мы определяем как изменение возрастных особенностей брачности.

В социологическом дискурсе традиционно выделяются такие брачные параметры как доля вступивших в брак, брачный возраст, уровень разводимости, степень распространенности незарегистрированных союзов. Брачный возраст предполагает достижение минимального возраста, позволяющего вступить в брак согласно законодательно установленным нормам. Определение брачного возраста в рамках различных подходов позволяет акцентировать внимание на тех или иных аспектах, которые определяют нормы брачности. Физиологический подход в основе своей исходит из возраста полового созревания, так как главной функцией семьи остается репродуктивная. Психолого-педагогический подход связывает брачный возраст, прежде всего, с готовностью вступить в брак - эмоциональной, волевой, психологической, нравственной, а не с физической зрелостью. Психологи и педагоги озабочены общей зрелостью вступающих в брак и способностью выполнять супружеские и родительские роли, что приближает этот подход к социологическому. Социологический аспект изучения предполагает анализ не менее важного показателя – среднего возраста вступления в брак. Согласно социологическому подходу брачный возраст рассчитывается как время между датой рождения и датой заключения брака. Брачный возраст может определяться законодательством, традициями и обычаями, религиозными нормами. При этом возраст вступления в брак, установленный законом или обычаем, определяет его нижнюю границу.

Возрасте вступления в брак важен для социологов как показатель, прямо влияющий на демографическое будущее России. Именно поэтому необходимо анализировать процессы изменения брачного возраста, а также его последствий. В социологических работах последних лет фиксируется характерная для российского общества тенденции перехода от

раннего брака к более позднему сроку создания семьи. Об этом пишут К. А. Барышева и М. В. Матвеева Е. А. Третьякова В. С. Тарченко и Э. К. Бийжанова [2;3;8] и др. Но тенденция старения брака прослеживается не только в России, она является общемировым трендом. Современная семья во многих странах создается в более зрелом возрасте. Так, средний возраст первого брака в Соединенных Штатах Америки составляет сейчас 27 и 29 лет для женщин и мужчин соответственно в сравнении с 23 годами для женщин и 26 для мужчин в 1990 году и 20 и 22 в 1960 [4]. Увеличение брачного возраста было характерно для стран ЕС уже к концу первого десятилетия 21 века. Средний возраст женихов, вступающих в первый брак, на тот момент перешел порог в 30 лет. В Латвии, Литве, Румынии и Болгарии он был представлен 29-30 годами, а в Италии, Ирландии, Испании, Дании и Швеции достиг 33 лет [10].

Изменение брачного возраста в сторону его увеличения определяется в современном научном дискурсе как феномен отсроченного (отложенного) брака. Под ним мы понимаем форму брачно-семейных отношений, при которой официально зарегистрированный брак осознанно откладывается партнерами на определенный ими же установленный срок в связи с различными факторами. Поиск причин изменения брачного возраста привел исследователей к выводам, согласно которым смещение шкалы ценностных установок - от семьецентрических к материальным, выстраивает другие приоритеты для современных молодых людей. На первый план выходят ценности индивидуалистического характера - самоактуализация и самореализация. При этом место реализации последних не связывается с семьей, а преимущественно - с образованием, карьерой, саморазвитием. Рационализация и индивидуализация представлений о факторах жизненного успеха, в конечном счете, порождает феномен отложенного брака. Явление это весьма неоднозначное, поэтому социологи выделяют как положительные, так и отрицательные последствия данного феномена. К первым следует отнести, прежде всего, то, что увеличение брачного возраста безусловно сопряжено с наиболее осмысленным решением о вступлении в брак, и, как следствие, снижением количества разводов. Проблематичность же отсроченного брака заключается в отрицательном влиянии на репродуктивную функцию семьи, а также общий уровень рождаемости, то есть связывается с демографическими процес-

сами в стране. И если говорить о России, то это процесс демографического старения населения со всеми вытекающими отсюда последствиями.

Что думают современные юноши и девушки о возрасте вступления в брак? Нет ли здесь гендерной асимметрии? Обратимся к исследованиям социологов. Н. Н. Мелихова и Г. В. Мелихов по результатам проведенного ими исследования отмечают, что суть отложенного запроса заключается в следующем: «российские девушки 18-24 лет предпочитают не задумываться о браке, откладывая решение вопроса «на потом»[5]. Авторы устанавливают иерархию ценностей для девушек, отмечая, что семья и дети не занимают лидирующих позиций. На их месте находятся построение карьеры, зарабатывание денег, саморазвитие.

Устойчивый тренд на повышение среднего возраста женихов и невест подтверждается данными, полученными Росстатом: число браков в возрасте от 20 до 24 лет в шестидесятых годах составляла приблизительно 48-49% [7]. В 1990-х годах этот показатель в среднем снизился до 40%. В 2016 году зарегистрированных семей в России в возрасте 20-24 года было всего лишь около 20%. При этом в 1960 году 51,8% невест и 52,7% женихов заключали брак в возрасте 20-24 лет. Этот же показатель на 2016 год составлял уже 37,8% для женщин и 26,1% для мужчин. В возрастной когорте от 25 до 29 лет доля браков преумножилась в 2,5 раза для женщин и почти в 2 раза для мужчин. Доля браков людей 30-34 лет аналогично возросла более чем в 2 раза. С 1990 года средний возраст вступления в первый брак изменился в сторону увеличения на 3,3 года для женщин и на 4 года для мужчин (24,6 лет и 27,8 лет на 2016 год для женщин и мужчин соответственно). Важно отметить более высокую динамику возрастания среднего брачного возраста у девушек по сравнению с молодыми людьми [8].

Совершенно очевидным выглядит то, что возраст женщин, родивших первенцев также увеличивается. Росстат отмечает, что средний возраст матерей, родивших первого ребёнка, в 2015-2017 годах вырос до 26,1 года, а в 1995-1999 годах он был значительно ниже – 20,9 года. Для временного промежутка в 20 лет такие перемены достаточно существенны. Немаловажным оказалось и то, что средний возраст женщины, впервые ставшей матерью, в России в 2018 году — 26 лет. Это на 5 лет позднее, чем в 1990 годы[6]. В 2020 году средний возраст матерей, родивших

впервые, составил уже 25-34 года[1]. Вероятность повторного материнства в таких случаях заметно уменьшается. Многие эксперты придерживаются мнения, согласно которому женщины всё чаще откладывают роды в связи с желанием достичь хорошего материального положения, удовлетворить карьерные амбиции, и т.д.

Исследование ВЦИОМ, связанное с темой брачного возраста [4] показало идентичные результаты. Главной ценностью у молодого поколения, по крайней мере, одной из главных, остается семья. Так, большая часть молодых людей придерживается позиции неодобрения одиночества и важности создания семьи. 20 лет и 24 года – именно в таком возрасте, по мнению молодёжи от 18 до 24 лет, девушки и юноши соответственно должны вступать в брак. Для возрастной когорты 25-34 года идеальным брачным возрастом для девушки является 25 лет, для молодого человека – 26 лет. Отметим, что чем старше опрашиваемые, тем быстрее сокращается возрастной промежуток между мужчиной и женщиной, вступающих в брак.

Основываясь на анализе данных статистики о возрастах невест и женихов, становятся заметными значительные сдвиги в моделях поведения, касающихся семьи и брака. Данные Росстата «Браки по возрастам жениха и невесты» [9] отражают динамику изменений возрастных когорт невест и женихов с 1960-х годов по 2019 год. Они позволяют заметить, что 46,7% женщин, вступивших в брак в 2009 году, принадлежат к группе от 18 до 24 лет. Указанный возраст традиционен для российских невест. Этот возрастной диапазон наиболее благоприятен для выполнения репродуктивной функции. А так как основная задача традиционной семьи – деторождение, то эта возрастная когорта и считается в большей степени подходящей для вступления в брак. В 60-90 годы в этом возрасте выходило замуж примерно 60% всех девушек. В 2010 году этот показатель снижается до 45,7%, а в 2012 году до 40,9%. В то же время происходит прибавление невест в возрасте 25-34 года. Стандартно в этом возрастном диапазоне браки заключались у 20% девушек, но уже в 2009 году процент повысился до 35,7. Равновесие между двумя возрастными группами было достигнуто в 2012 году (примерно по 40%). Затем мы видим постепенную убыль в младшей группе (32,8%) и, соответственно, прирост в более

старшей (44,5%). Следовательно, первая и вторая группы за 10 лет сменили друг друга.

Используя данные сайта Федеральной службы государственной статистики [9] нам удалось проследить и проанализировать средний возраст женихов и невест при вступлении в брак в Российской Федерации в период с 2000 по 2019 года. Были получены следующие результаты. 1. Количество ранних браков (до 18 лет) кардинально снизилось: у мужчин этот показатель снизился на 70%, у женщин – на 63 %, в среднем по совокупности – на 64,4 %. Это объясняется стремлением юношей и девушек к финансовой независимости от родителей и построением карьеры, чтобы быть трудоустроенным и иметь стабильный заработок при вступлении в брак. Стоит отметить, что мужчины практически не склонны к раннему браку – 4,25% из всех людей, вступивших в брак до совершеннолетнего возраста. 2. Женихи предпочитают жениться в возрасте старше 25 лет, в свою очередь невесты склонны к замужеству в возрасте от 18 до 34 лет. Данный показатель обуславливается способностью девушки к деторождению, которое, по мнению медиков, оптимально приходится на возраст 23-27 лет.

Изменение тенденции увеличения брачного возраста были отмечены нами и по результатам исследования 2021 года. В ходе реализации исследования, цель которого проанализировать мнение молодежи г. Ростова-на-Дону относительно предпочитаемого брачного возраста, нами было запланировано не только рассмотрение актуального для современной молодежи возраста вступления в брак, но и определение места семьи как ценности, также мы стремились раскрыть причины откладывания брака молодежью и посмотреть на векторы их направленности. С учетом этого, нами были проведено Интернет-анкетирование. Опрос охватил 200 респондентов от 18 до 35 лет. Посредством анкетного опроса нам удалось подтвердить ранее описанные результаты вторичных исследований о том, что «семья, как значимая ценность, по-прежнему актуальна для подавляющего большинства россиян. Количество людей, намеренных не вступать в брак, не заводить детей, хоть и растет, но прирост этот идет ничтожными темпами» Ценность семьи остается непреходящей и терминальной – об этом говорят и результаты проведенного нами исследования: семья для респондентов занимает 2-ое место после здоровья среди жиз-

ненных ценностей. Далее следуют материальное положение, друзья и карьера, а саморазвитие и самореализация занимают 5-е и 6-е места соответственно. К тому же, из всей совокупности опрошенных только 7 человек (3,5%) заявили, что вовсе не планируют вступать в брак и заводить семью.

53% респондентов наиболее подходящим возрастом вступления в брак для мужчин считают 25-29 лет. Касательно женщин ответ на подобный вопрос оказался не таким однозначным: 47,5% считают подходящим возрастом 25-29 лет, 45% – 20-24. Ответы девушек в интервью о планируемом брачном возрасте также отличаются более узким возрастным диапазоном, чем ответы юношей. Так, минимальный возраст составил у девушек 21 год, максимальный – 26 лет, а у мужчин 20 и 35 лет, соответственно. Мы видим, что верхняя граница предполагаемого брачного возраста у мужчин значительно выше той же границы девушек. Возможно, это связано с тем, что именно на мужчине лежит большая ответственность за свою семью. Ни один из респондентов не предпочел приемлемым возрастом вступления в брак для женщин и мужчин ответ «до 18 лет», а ответ «18-19 лет» был выбран лишь для женщин и составил всего 1,5%.

На вопрос о причинах предпочитаемого возраста вступления в брак респонденты называли материальное положение, завершение процесса образования, жилищные проблемы. Большинство молодежи, участвующей в исследовании, в первую очередь, в качестве главных факторов заключения брака указали необходимость финансовой независимости и стабильности, самостоятельность, наличие собственного жилья, возможность зарабатывать и обеспечивать свою семью. В вопросе анкеты «В чем Вы видите причины откладывания брака?» самым популярным стал вариант «финансовые трудности» (его предпочли выбрать 130 человек), второй по популярности ответ – получение образования (его выбрали 90 человек).

Студенческая молодежь продемонстрировала неготовность к созданию семьи и заключению брака до завершения процесса получения образования. Учёба, развлечения, карьера в нынешних условиях становятся все более значимыми для молодежи в части реализации их установок на ценности самореализации. 66% респондентов оказались не готовыми к

браку во время учебы, 24% считают его допустимым, но только после завершения обучения, и 10% выразили к нему (браку в студенческие годы) нормальное отношение.

Итак, фиксируя установку молодежи на отсроченный брак, мы отмечаем, что семейные ценности, хотя и остаются приоритетными, по утверждению самой молодежи, однако, в своих реальных поведенческих практиках создание семьи и рождение детей несколько откладывается современным поколением Z. В данном контексте стоит упомянуть пресловутую противоречивость ценностных и поведенческих стратегий молодежи, о которых сегодня пишут социологи. Рассматривая установки и ценности молодежи исследователи фиксируют, что многие из них остаются лишь ценностями декларативного характера. Хотелось бы надеяться, что семья и брак, как и рождение детей не превратятся со временем в такие «ценности-декларации».

Вместе с тем, нельзя не видеть, что ценности материального порядка (материалистического, по терминологии Р. Инглхарта), а не только постматериалистического (самореализация, индивидуализация) занимают значительное место среди факторов, определяющих феномен отложенного брака. Современная молодежь стремится к финансовой независимости и самостоятельности, но в период «затянувшегося» процесса получения образования, за счет увеличения его сроков, трудностей процессов трудоустройства, увеличения прекарной (временной) занятости молодых людей актуализируется феномен отсроченного брака. Многочисленные исследования последних лет свидетельствуют о том, что значительных гендерных разногласий по этому поводу нет.

Литература:

1. *Аполихин О. И.* Репродуктивное здоровье и активное социальное долголетие в демографической перспективе // II Всероссийский демографический форум с международным участием. 2020. С. 8-10.

2. *Барышева К. А., Матвеева М. В.* Брачный возраст и возраст согласия: межотраслевые правовые коллизии // Вестник РУДН. Серия: Юридические науки. 2018. № 4. [Электронный ресурс] URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/brachnyy-voznrast-i-voznrast-soglasiya-mezhotraslevye-pravovye-kollizii> (Дата обращения: 08.12.2020).

3. *Бийжанова Э. К., Тарченко В. С.* Исследования брачно-семейных представлений студенческой молодежи: обзор российских работ // Общество: социология, психология, педагогика. 2018. № 12. [Электронный ресурс] URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/issledovaniya-brachno-semeynyh-predstavleniy-studencheskoy-molodezhi-obzor-rossiyskih-rabot> (Дата обращения: 08.12.2020).

4. Кто в выигрыше, откладывая брак? [Электронный ресурс] URL: <https://new-odinochki.livejournal.com/63094.html> (Дата обращения: 08.12.20).

5. *Мелихова Н. Н., Мелихов Г. В.* Отложенный запрос: дискурсивные основания восприятия семейно-брачных ценностей девушками 18-24 лет // Манускрипт. 2019. Т. 12. № 12. [Электронный ресурс] URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/otlozhenny-zapros-diskursivnye-osnovaniya-vospriyatiya-semeyno-brachnyh-tsennostey-devushkami-18-24-let> (Дата обращения: 17.09.2023).

6. Россиянки отложили материнство. Женщины стали рожать первенца на пять лет позже. 2018. [Электронный ресурс] URL: <https://iz.ru/696411/nataliia-berishvili/rossiiianki-otlozhili-materinstvo> (Дата обращения: 22.02.23).

7. Статистика браков и разводов по данным Росстат. 2017. [Электронный ресурс] URL: <https://rosinfostat.ru/braki-razvodi/> (Дата обращения: 12.02.2023).

8. *Третьякова Е. А.* Идеальный брачный возраст // Вестник Санкт-Петербургского университета. Социология. 2018. № 2. [Электронный ресурс] URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/idealnyy-brachnyy-vozrast> (Дата обращения: 08.12.2022).

9. Федеральная служба государственной статистики. [Электронный ресурс] URL: <https://rosstat.gov.ru/folder/12781> (Дата обращения: 15.02.23).

10. *Щербакова Е. М.* Брачность в странах ЕС-28, 1990-2015 // Демоскоп. 2017. №725-726. [Электронный ресурс] URL: <http://demoscope.ru/weekly/2017/0725/barom01.php> (Дата обращения: 26.03.2023).

Различие в речи: гендерный аспект

Боталова К.Е., Коваленко А.С., Ратникова Н.В.

Южный федеральный университет, г. Ростов-на-Дону

Необходимость изучения различий в мужской и женской речи в социологии обусловлена актуальностью коммуникации как социального явления. Социальная коммуникация нацелена на динамичное развитие, преобразование и изменение отношений и поведения, с целью воздействия на ценности субъекта, его знаний, между отдельными группами, организациями. Следует отметить, что гендерные стереотипы могут присутствовать в любых видах коммуникациях, а именно в средствах реализации данной коммуникации. Значительный интерес учёных к функциям языка не сводится исключительно к лингвистике. На данный момент существуют концепции, которые вовлекают в лингвистические исследования данные других наук – биологии, психологии, культурологии и немало важное значение здесь имеет социология. Соответственно, становится целесообразным рассмотрение речи в рамках социологической теории как социальную практику. С одной стороны, речь предстаёт как воплощение существующей практики, с другой стороны, предстаёт как система определённых норм, которая контролирует использование языка для субъектов, отличающихся друг от друга социальным положением. Безусловно следует сказать о социолингвистике, которая включает в себя связь между социальными условиями и языком. Данная наука направлена на анализ таких актуальных проблем как: язык и власть, язык и этничность, язык и гендер. Мы хотим подробнее рассмотреть взаимосвязь языка и гендера. Исследователи говорят, что для человека язык в большей степени является выраженным впечатлением, нежели обозначение объектов окружающего его мира. Именно поэтому нам важно изучить индивидуальные особенности речи. А поскольку пол обуславливает культурную и социальную ориентацию личности при участии языка, исследователи гендерной лингвистики ставят центральным изучением пол. Авторы статьи интересуются, существуют ли гендерные различия в языковой структуре? Именно поэтому целью стало выявление различий в мужской и женской речи.

Рассматривая аспекты языка и гендера, мы можем обобщить направления в два пункта: языковая практика мужчин и женщин (как общее, так и отличия) и андроцентричность языка [2].

Андроцентричность языка характерна для всех типов культуры, но в разной степени. Многие исследователи утверждают, что в русском языке он проявляется слабее, т.е. в языке преобладает «женское начало». Для женщин характерно чрезмерная чувствительность или эмоциональность, уступчивость, в то время как мужчины используют определённую субординацию. В целом, мы можем говорить о том, что инициатором речевого акта в большей степени является женщина. Для мужчин же, в свою очередь, общение выступает чем-то необходимым, как решение возникающих проблем. Очевидно, если мужчина не рассматривает женщину как полноправного собеседника, то мы можем говорить об уклонении одного из объектов от вступления в диалог. В таком случае у мужчины в речи чаще будет проявляться местоимение «я», из-за чего женщина может отнести своего собеседника к «сильному и независимому» [1]. Но так ли это на самом деле? Для начала необходимо обратиться к литературе, раскрывающей гендерные особенности в русской речи.

Исследователи Кунавин Б.В. и Харченко Ю.С. рассматривают проявление гендера в русском языке [3]. Они говорят о том, что благодаря Революции 1917 года женщины стали эмансипированными, что также отразилось и в языке. Авторы приводят в пример изменения, связанные со словом «товарищ». До большевиков «товарищем» было принято называть члена партии, после – как член советского общества. В советское же время «товарищ» относилось как в отношении женщины, так и мужчины. Внимание было не к половой принадлежности, а социальной близости. В целом, авторы приходят к выводу о том, что лексемы мужского рода имеют смысловую конкретность, а женского рода – отвлечённые значения. Кроме того, женщины чаще употребляют слова с уменьшительно-ласкательными суффиксами, не предпочитают использовать «высокий статус» в диалоге, т.е. на речевой акт влияет ситуация. Мы можем сказать, что данные исследования подтверждают наши предположения, рассмотренные выше. Однако, есть ли различия в речи, связанные с гендером, в других странах?

Вопрос о гендерных различиях и особенностях в речи подняли женщины в западном обществе во второй половине XX века, в частности для того, чтобы повысить свой социальный статус в сфере науки. Чуть позже в область изучения гендерно-лингвистической проблематики начали входить и представители мужского рода. Итак, какие открытия они нас все привнесли?

Американский профессор лингвистика Калифорнийского университета Робин Лакофф утверждает, что женщины обладают природным сомнением в себе. Это было выявлено тем, что женщины склонны чаще задавать вопросы, чем мужчины, которые в основном говорят утвердительными предложениями. В её книге «Язык и место женщины» можно выделить для нас интересные примеры. Автор утверждает, что женщины более склонны к поддержанию и продолжению диалога, например, междометиями и невербальными жестами. Мужчины же, наоборот, склонны показывать свое противоположное мнение, а также игнорировать собеседника. Это было подтверждено наблюдениями. Женская речь наполнена склонностью к извинениям, в отличие от мужской. Более скромное лингвистическое поведение женщин также можно связать с тем, что издревле женщина имела низкий статус, из-за чего ее мнение не учитывалось. Таким образом им приписывались тематические рамки разговора, скромность.

Следующим интересным моментом хотелось бы отметить то, что женщины, в отличие от мужчин используют чаще уменьшительно-ласкательные суффиксы и дополняющие прилагательные, дабы вызвать чувство нежности. И этот феномен имеет место быть не только в западном обществе, но и в других языковых семьях мира (например, славянская, тюркская). Женщины также любят усугублять, прикрашивать ситуацию, а также отмечать особенности, что говорит о большей эмоциональности и склонности к общению.

Поддержание в женской речи грамматически правильной формы Лакофф объясняет следующим: «по сравнению с мужчинами женщины из-за неуверенности в себе и своих правах в обществе, вынуждены говорить правильно. Все эти страхи и неуверенность обусловлены сексизмом, набором стереотипов, предрассудков, которые бессознательно присутст-

вуют в природе женщины. Излишне правильная речь женщины рождается как рефлексия на неравенство полов» [4].

Лакофф и ее коллега по данной тематике Дэбора Таннен пришли к выводу о том, что источник различий в гендеролингвистике заключается в историческом иерархическом порядке, длившимся в разных типах общества целые эпохи.

Таким образом, мы можем сказать, что различие в мужской и женской речи присутствуют как в России, так и в западном обществе. Примечательно, что данные различия схожи в рассмотренных странах. Безусловно, женская и мужская речь имеют гендерные отличия на биологическом и психологическом уровне, однако больший интерес представляет социальный уровень. Культурные стереотипы укореняются в языковых практиках, что создаёт неравенство в социальном порядке. Помимо гендерной асимметрии в повседневной, профессиональной языковой коммуникации мужчин и женщин, о ее укорененности в глубинных культурной ментальности указывает несимметричная визуализация образов мужчины и женщины в книгах, в речи, языке страны, что естественным образом будет сказываться на взаимодействии мужчин и женщин в дальнейшем.

Литература

1. *Белая Н.В.* О проявлении гендерных различий в языке // *Rhema*. Рема. 2009. № 3. С. 91-96.
2. *Григорян А.А.* Гендерные лингвистические исследования США // *Социальная власть языка*. Воронеж. 2001.
3. *Кунавин Б.В., Харченко Ю.С.* Гендерные особенности русской речи // *Вестник Владикавказского научного центра*. 2021. №1. С. 26-29.
4. *Машкова Е.Б.* Гендерные различия в речи (американское общество) // *Вестник Бишкекского гуманитарного университета*. 2019. № 1 (47). С. 36-38.

Гендерный ландшафт современного города

Гугуева Д.А.

Южный федеральный университет, г. Ростов-на-Дону

Являются ли современные города одинаково удобными и безопасными для представителей обоих полов? Ответ на этот вопрос – отрицательный, и главная причина связана с тем, что существует так называемая «гендерная информационная дыра», то есть отсутствуют данные о гендерных различиях в восприятии городского пространства. Но, несмотря на отсутствие таких данных исследователи городского пространства все же выделяют несколько проблем характерных для современных городов в разных точках земного шара, рассмотрим их подробнее.

Первая проблема связана с транспортом, маршрутами, дорогами и тротуарами. Начнем с маршрутов, не секрет, что женщины выполняют большую часть неоплачиваемой работы по дому, а именно: ухаживают за пожилыми родственниками, покупают продукты и обеспечивают передвижение детей дошкольного и младшего школьного возраста по городу – в образовательные учреждения и учреждения дополнительного образования, соответственно, их маршруты являются составными (дом – детский сад/школа – работа – магазин – детский сад/школа – дом, в данный маршрут также могут быть еще добавлены различные кружки дополнительного образования), в отличие от мужчин, которые чаще передвигаются по прямым маршрутам (дом – работа – дом), а если при этом еще и учесть статистику, согласно которой 20% водителей – женщины[2], то мы можем сделать вывод, что женщины чаще мужчин пользуются общественным транспортом. Поэтому, для обустройства комфортного для женщин городского пространства следует обратить внимание на необходимость во-первых, введения проездных билетов учитывающих пересадки и делающих эти пересадки или бесплатными (в течение определенного времени) или по сниженной цене; во-вторых, следует обеспечить удобные, расчищенные от снега, комфортные для передвижения тротуары, учитывая, что женщины передвигаются по ним или с покупками, или с детьми или толкая перед собой детскую коляску.

Вторая проблема – территории общего пользования в спальных районах, которые должны включать в себя и детские учреждения (садики,

школы), и поликлиники и аптеки, и большие супермаркеты, и детские площадки, и остановки транспорта, все эти необходимые места и учреждения – должны быть в шаговой доступности, для того чтобы облегчить женщинам их бесплатную домашнюю работу, которую они выполняют в связи с традиционным распределением гендерных ролей, согласно которой – мужчина обеспечивает семью, а женщина выполняет всю домашнюю работу, и также работает помимо этого на оплачиваемой работе. Здесь следует сделать оговорку, что для экономики страны более выгодно, чтобы и мужчины и женщины работали, потому что тем самым будет расти ВВП страны.

Третья проблема – безопасность в общественных местах. Согласно статистике 60% женщин испытывают страх на многоярусных автостоянках, железнодорожных платформах, автобусных остановках и по пути от остановки до дома[1]. Страх заставляет женщин корректировать маршрут, по которому она планирует передвигаться и часы передвижения, а соответственно, тем самым женщины вводят для себя дополнительные ограничения. Данная проблема могла бы быть подкреплена данными о случаях, когда женщины оказываются под угрозой сексуального домогательства в общественном транспорте или на улице, но данная тема является табуированной в социуме и женщины, встретившиеся с такими ситуациями, не обращаются в полицию. Решить данную проблему можно увеличением освещения на остановках и в спальных районах, патрулированием полицией по различным маршрутам и установкой видеокамер в опасных местах, таких как парковки, жд станции и т.п.

Четвертая проблема связана с парками и открытыми спортивными площадками. Девушки чаще встречаются с проблемой насмешек, проявлениями мачизма и пристальными взглядами при занятиях спортом в публичных местах, в связи с этим, девушки предпочитают не заниматься спортом, или заниматься им дома. Что касается спортивных площадок, чаще они ориентированы на командные виды спорта (футбол, баскетбол), которыми предпочитают заниматься юноши, а девушки отдают предпочтение свободным упражнениям и сталкиваются с тем, что не имеют возможности для занятий, потому что такие площадки попросту не предусмотрены при городском планировании.

Мы выделили несколько проблем, решив которые при городском планировании, можно значительно улучшить жизнь женщин, а значит и общества в целом, потому что женщины составляют половину от всей человеческой популяции.

Литература:

1. *Криадо Перес К.* Невидимые женщины: почему мы живем в мире, удобном только для мужчин. Неравноправие основанное на данных. М.- Альпина Паблишер, 2021 г. – 608 с.

2. Сколько женщин за рулем в России: статистика за 2021 год // Электронный ресурс <https://арена-ра.рф> (дата обращения: 24.12.2023 г.)

Особенности социализации детей в монородительских материнских семьях

Красножон А.Г.

Южный федеральный университет, г. Ростов-на-Дону

В современной России наряду с традиционными формами семейно-брачных отношений существуют и альтернативные формы семей, среди которых можно выделить монородительские семьи, т.е. семьи, состоящие из одного взрослого (мать или отец) и детей. По данным Всероссийской переписи населения 2020 года в России число домохозяйств, состоящих из матери с детьми, составило 5925008, число домохозяйств, состоящих из отца с детьми – 1086781. При этом в монородительских материнских семьях проживает 13,96 млн. человек. [3] Таким образом, неполная материнская семья является гораздо более часто встречаемой, чем неполная отцовская семья.

Выделяют следующие виды неполных семей: осиротевшая, разведенная, распавшаяся и внебрачная. Основными причинами образования материнских монородительских семей являются разводы и внебрачное рождение детей. Л.Г. Воронин и А.Л. Янак отмечают, что к негативным последствиям монородительства можно отнести экономическую уязвимость семей данного типа, связанную с отсутствием второго кормильца и недостаточно высокими доходами женщин, принадлежность значитель-

ной части монородительских семей к низкодоходным слоям населения, нуждающимся в социальной поддержке со стороны государства, барьеры успешной социализации детей, у которых отсутствуют перед глазами ролевые модели поведения обоих родителей, низкий уровень удовлетворенности жизнью и отсутствие уверенности в будущем. [1] В неполных семьях может нарушаться выполнение функций семьи (воспитательной, экономической и т.д.), а также усложняется процесс социализации детей.

От структуры и состава семьи (нуклеарная или расширенная, полная или неполная, материнская или отцовская, однодетная или многодетная и т.д.) во многом зависит процесс воспитания детей, а значит и процесс социализации детей в каждом типе семьи имеет свои особенности. Н.П. Иванова отмечает, что к особенностям социализации детей в семьях с одним родителем можно отнести эмоциональную нестабильность и повышенную тревожность детей, сложности в формировании половой идентификации, усвоении социальных норм и формировании ценностей, рост самостоятельности детей, проживающих в монородительских семьях. [2] Отсутствие отца может по-разному отражаться на мальчиках и девочках. Дети обоего пола испытывают материальные трудности, у них отсутствует авторитет отца, а мать может проявлять излишнюю заботу, что способствует развитию у детей инфантильности. При этом у мальчиков также отсутствует образец для подражания, пример мужского поведения в различных ситуациях. Мальчик, выросший в семье без отца, может иметь проблемы в общении со взрослыми, а также со сверстниками обоего пола. Также у детей могут формироваться негативные образы будущих семейно-брачных отношений, особенно это касается детей, проживающих в неполных материнских семьях, образовавшихся в случае развода и ухода отца из семьи. Дети не имеют примера взаимоотношений между отцом/мужчиной и матерью/женщиной, что может привести к возникновению проблем в общении и выстраивании отношений со сверстниками. К разным вариантам последствий воспитания детей в материнских монородительских семьях можно отнести гиперопеку со стороны матери, посвящение себя карьере и достижению материального благополучия и отстранение от процесса воспитания, препятствование контактам ребенка с отцом, двойственное отношение к детям, попытки сделать ребенка идеальным. Отсутствие отца является фактором, который может влиять на эф-

фективность и степень приобретения механизмов адаптации и социализации ребенка.

Таким образом, процесс воспитания и социализации детей в неполных материнских семьях имеет свои особенности и отличается от условий жизни и развития ребенка в полных семьях. Неполные семьи зачастую испытывают материальные трудности, к тому же одинокая мать не может одновременно исполнять материнскую и отцовскую роль, а также выполнять функции воспитания и материального обеспечения семьи. Все это накладывает отпечаток на развитие и социализацию детей.

Литература:

1. *Воронин Г.Л., Янак А.Л.* Монородительские семьи: их типы и социальный портрет одинокого родителя // Женщина в российском обществе. 2018. №1 (86). С.53-66.

2. *Иванова Н. П.* Неполная семья: особенности социализации детей // Социальная педагогика. - 2011. - № 6. - С. 115-121.

3. Итоги ВПН-2020. Том 8 Число и состав домохозяйств. Электронный ресурс. Режим доступа: https://rosstat.gov.ru/vpn/2020/Tom8_Chislo_i_sostav_domochozajstv

Возможности развития гендерных культурных практик в современной России

Полякова Е. А.

Южный Федеральный Университет, г. Ростов-на-Дону

Сегодняшняя социокультурная среда представлена совершенно разными проявлениями, ведь современный человек стоит перед множеством условий и вызовов, которые иногда нужно преодолевать ежедневно. Именно поэтому часто поведение людей, повседневность и действия являются приспособленческими практиками, позволяющими адаптироваться в новых условиях. Можно сказать о том, что ситуация в современной России образует новый быт, виток не только в разных сферах жизни, но и во взаимоотношениях людей. И наиболее подробно нам бы хотелось бы рассмотреть эти изменения в гендерном разрезе. В рамках данной статьи

мы не только рассмотрим, что же такое гендерные культурные практики, но и обратим внимание на их становление и возможности развития в современной России. Обратим мы внимание также на реконструкцию бытовых проблем, предписаний сегодняшней маскулинности и феминности, идентичности и самопрезентации в социокультурном поле.

К сегодняшнему дню актуальность изучения гендерных особенностей и гендерных культурных практик не угасла. Их развитие в современной России является одной из важнейших задач на пути к формированию гендерно равноправного общества. В настоящее время наблюдается рост интереса к этой теме, как со стороны государственных и общественных организаций, так и со стороны населения. Кроме этого, данная тематика становится острой темой различных споров и обсуждений, в особенности у людей разных поколенных групп. Как мы знаем, люди старшего поколения, воспитанные во времена СССР, не задумывались о разного рода ущемлениях и дискриминации по гендерному принципу, считая гендерные роли само собой разумеющимся, а так как в годы Советского Союза «все были равны» и как один шагали по пути построения коммунизма, то такие проблемы автоматически сглаживались и не возникали в головах рабочих людей. Но сегодняшнее поколение, люди поколения Y и Z, родившиеся в последние десятилетия существования СССР, годы перестройки и становления нового государства столкнулись с влиянием Запада и глобальных проблем, которые хоть и могли существовать ранее, но так не освещались. И сегодняшний интерес к данным вопросам продиктован изменчивой реальностью, новыми возможностями женщин и мужчин в разных сферах, развитие сфер деятельности и взглядов на практики людей разных полов.

Одной из главных проблем, связанных с развитием гендерных культурных практик в России, является сохранение стереотипов и предрассудков, связанных с гендерными ролями. Многие люди, а чаще старшее поколение, до сих пор считают, что определенные профессии, хобби и поведенческие модели присущи только мужчинам или только женщинам. Это приводит к дискриминации на рабочем месте, в образовательных учреждениях и в общественной жизни в целом.

Для более подробного рассмотрения выбранной нами темы нам бы хотелось бы подробнее разобрать главные дефиниции. В современной

науке культурные практики чаще рассматриваются под призмой теории Cultural Studies, которая выявляет установки, необходимые для понимания структуры современной культуры, и обосновывает основные понятия культуры. Данная теория предполагает под культурой «целостный и одновременно разнообразный образ жизни, в котором существуют обычные люди» [3]. В соответствии с этим, культурные практики – это определённого рода поле, в котором человек творит, создаёт мир и в котором культурные ценности создают человека. Но в этом поле мы не ограничиваемся одной только деятельностью индивидов. «Культурные практики - мировоззренческие предпочтения, закреплённые в нормах и традициях определённого типа культуры. К ним относят такие практики, как музыкальные предпочтения, организации досуга (посещение выставок, театров, музеев и многое другое)», как отмечает Криволап А.Д. А уже в современности к такого рода практикам относят Интернет и социальные сети как источник культурного контента и новую форму досуга.

Под гендерной культурой понимают «совокупность существующих норм, идеалов, убеждений, традиций, моделей поведения, которые находят свое отражение в стереотипах феминности/маскулинности, закреплёны в мужских и женских социальных ролях и формируют определённые гендерные отношения в различных сферах общества» [1].

Также мы можем обратить внимание на варианты трактовки понятия «гендер». Обобщая их многообразие, определим его так: гендер представляет выражение грамматической категории рода и развития культуры в обществе, указывая на социальные и культурные, а не биологические признаки того или иного пола [2]. И отталкиваясь от вышеперечисленного отметим, что гендерные культурные практики — это такие практики, реализующие специфику мужского и женского поведения, форм проявления, образа жизни, внешнего вида и т. д. в культуре. Своеобразие феминного и маскулинного проявляется в хозяйственной, повседневной, профессиональной, творческой и многих других культурных практиках.

Если приводить реальные примеры такого явления в общественных взаимоотношениях, то на ум сразу могут прийти традиционные устои из глубокого прошлого. Например, устоявшиеся и до сих пор сохранившиеся в культуре представления о том, что хозяйственные гендерные практики мужчин базируются на «охоте», добывании средств к существо-

ванию, а женщин- собирательство и хранение домашнего очага. Конечно, мы можем проследить трансформацию такого стереотипа по ходу истории. В культуре повседневных практик мы в подавляющем большинстве случаев видим, что домашние дела и «хлопоты», такие как стирка, уборка, приготовление пищи, уход за детьми ложатся на представительниц женского пола, в то время как своеобразной «охотой», т. е. работа и добыча становится обязанностью мужского пола. Да, многие выскажут мнение о том, что в современном мире эти суждения являются стереотипными, но мы должны понимать, что эти гендерные роли и исходящие из них гендерные практики были закреплены в культуре многих народов в течение долгих столетий и до сих пор оставляют след на повседневности людей.

Мы видим, что часто такие проявления выливаются в стереотипы о роли мужчины и женщины в обществе, об обязательствах каждого из представителей определённого пола. В современной России также отмечается высокий уровень стереотипизированности в отношении повседневных практик, что выливается в дискриминацию, негативное отношение к женщинам и мужчинами в «нетипичных» для них сферах деятельности, притеснения по половому признаку и др. Однако в России существует ряд инициатив, направленных на развитие гендерных культурных практик. В частности, проводятся кампании по борьбе с насилием в отношении женщин, создаются центры поддержки жертв домашнего насилия, проводятся тренинги и семинары по гендерным вопросам. Одной из успешных инициатив является проект "Гендерный план", разработанный Министерством труда и социальной защиты Российской Федерации. Он направлен на обеспечение гендерного равенства в сфере труда и занятости, включая борьбу с дискриминацией на основе пола, повышение уровня осведомленности работодателей и работников о гендерных вопросах. Также существуют различные проекты и программы, направленные на повышение осведомленности населения о гендерных вопросах и борьбе со стереотипами. Они включают в себя проведение мероприятий, создание образовательных материалов и публикаций, а также развитие гендерных исследований.

Исходя из вышесказанного хотелось бы сказать, что развитие темы гендерных культурных практик в современной России является важной

задачей, которая требует совместных усилий государства, общественных организаций и населения. Борьба со стереотипами и дискриминацией на основе пола, повышение уровня осведомленности и создание благоприятных условий для гендерно равноправного общества должны стать приоритетными задачами для всех нас.

Литература:

1. Антонова Н. В. Гендерная культура как фактор формирования гендерной политики в России // Вестник Южно-Уральского государственного университета. Серия: Социально-гуманитарные науки. 2019. Т. 19. № 4. С. 102–109.

2. Кирилина А. В. Исследование гендера в лингвистических научных дисциплинах / А. В. Кирилина // Гендерное образование в системе высшей школы: состояние и перспективы: мат-лы междунар. науч.-практ. конф. – Иваново, 2003. – С. 132–136.

3. Криволап А. Д. От парадигмы культурных исследований к интернет-исследованиям // Артикульт. 2011. № 2. С. 33–41.

Гендерные стереотипы в российской телевизионной рекламе в оценках жителей г. Ростов-на-Дону

Ткаченко С. В.

Южный федеральный университет, г. Ростов-на-Дону

Жизнь современного общества немислима без рекламы. Каждый человек так или иначе сталкивается с её трансляцией (билборды, объявления, посты, надписи, рассылки, звонки, почта и т.д.) практически везде и всюду: на улице, дома, в такси, на работе, учёбе и т. п. Но даже с учётом всех имеющихся в обществе форм рекламного разнообразия телевизионная реклама по-прежнему является самой востребованной, глобальной и широкомасштабной формой иллюстрирования и продажи. Она сочетает в себе всевозможные способы привлечения и удержания человеческого внимания (фото, звук, цвет, свет, музыка, анимация и т. д.) с помощью которых она также воздействует и на все каналы человеческого восприятия.

[1]

Но суть рекламы не только в том, чтобы продавать, но и в том, чтобы «показывать». Показывать путем озвучки и/или иллюстрации взаимодействие людей в обществе, подразумевающее под собой использование и показ определенных социальных ролей и образов.

Это и является основой гендерных стереотипов [2] – социально сконструированных категорий «мужественности» и «женственности», которые подтверждаются различным поведением в зависимости от пола, различным распределением мужчин и женщин в рамках социальных ролей и статусов; и которые поддерживаются психологическими потребностями человека вести себя социально желательным образом и чувствовать свою целостность, противоречивость.

С телевизионной рекламой гендерные стереотипы взаимодействуют по трем пунктам [3]:

Реклама использует уже сложившиеся в обществе гендерные стереотипы, делая упор на их устойчивость и, соответственно, неизменчивость;

Реклама сама формирует гендерные стереотипы в зависимости от тенденций восприятия и типизации людей друг другом;

Гендерные стереотипы в телевизионной рекламе «социализируют» поколения.

Таким образом реклама обеспечивает сохранность гендерных стереотипов в обществе и в массовом культурном пространстве, иллюстрирующая обществу привычный для них уклад жизни.

Итак, для того, чтобы выяснить отношение жителей г. Ростов-на-Дону к гендерным стереотипам в российской телевизионной рекламе, мы провели независимое социологическое исследование. Оно базировалось на мнении 187 человек в возрасте от 18 до 50 лет.

Опрос был предъявлен жителям г. Ростов-на-Дону дистанционно, в заочном, электронном формате. Данные, полученные в процессе исследования, использовались нами только в обобщенном виде.

Для того, чтобы рассмотреть отношение респондентов к гендерным стереотипам в российской телевизионной рекламе и выяснить, является ли образ, показанный мужским или женским персонажем в телерекламе стереотипным и соответствует ли он современной действительности, мы предложили респондентам покадрово рассмотреть 4 рекламных

ролика с двумя мужскими и женскими образами и ответить на несколько ключевых вопросов.

Первый рекламный ролик с мужским образом, который мы показали респондентам, называется «Жокей – Завтра». В нем образ мужчины в бытовом плане ассоциируется с ленью и ненадежностью. Большая часть респондентов назвала этот образ стереотипным (79,7%), при этом частично соответствующим современной действительности – 51.3%.

Можно сделать вывод, что частично, в единичных случаях, подробные паттерны поведения мужчин действительно соответствуют современной действительности, но повсеместный показ их образа и поведения в рекламе с такой стороны будет скорее стереотипным.

То же самое касается и второго ролика с мужским образом под названием «OZON express – Когда не нужно объяснять». В данном телеролике образ мужчины ассоциируется у аудитории с несамостоятельностью, зависимостью и беспомощностью. Опять же, большая часть респондентов посчитала этот образ стереотипным – 77.5% и соответствующим современной действительности – 39% - частично, 38% - да.

Так, мы можем сделать вывод о том, что в данном случае подобное поведение мужчин в фокусе ассоциаций, связанных с несамостоятельностью, как и с предыдущим роликом, определенно имеет место быть в реальности, но, опять же, это не общий случай.

Третий ролик «Samsung Сервис – К-POP, Хип-хоп» касался уже женского персонажа. В нем женский образ ассоциируется с глупостью, наивностью и ребячеством. Многие из респондентов назвали этот образ стереотипным – 57.8% и не посчитали, что он соответствует современной действительности – ответ «нет» выбрало 46% респондентов.

И последний из 4-рех роликов – «ЯRUS ASMR – побалуЙ глазные яблочки» с женским персонажем. Образ девушки из этой рекламы можно в целом связать с завуалированным изображением пошлости. Респондентам этот образ показался крайне стереотипным (79.1% респондентов выбрали ответ «да») и, опять же, не соответствующим современной действительности – 64.7%.

Так, можно сделать вывод, что результаты показа и продвижения товара/услуги с использованием подобных женских образов по телевизору скорее всего будут отрицательными.

Теперь мы перейдем к вопросам, непосредственно касающимся отношения респондентов, а точнее чувств, которые они испытывают при показе гендерных стереотипов в телевизионной рекламе.

Как мы видим, значительное количество респондентов испытывают негативные эмоции при столкновении с гендерными стереотипами в телерекламе, испытывая в большинстве случаев либо недоумение, либо раздражение. Это говорит о необходимости большего разнообразия и инклюзивности в рекламе, поскольку гендерные стереотипы могут быть крайне заблужденческими и дискриминационными, о чем мы поговорим далее.

На вопрос: влияет ли показ гендерных стереотипов в рекламе на отношение респондентов к товару/услуге, они ответили следующее:

Для большинства респондентов влияние гендерных стереотипов на отношение к товару оказывается отрицательным – 51.3%. Однако, чуть меньше трети респондентов не считают, что гендерные стереотипы оказывают влияние на их предпочтения – 29.9%.

Таким образом, можно сделать вывод, что, хотя связь между гендерными стереотипами в телевизионной рекламе и отношением потребителей и существует, она все же не является гарантированным эффектом и может зависеть от индивидуальных потребительских предпочтений и убеждений.

На вопрос о влиянии показа гендерных стереотипов на общественное сознание большинство респондентов ответило положительно, посчитав, что они действительно могут воздействовать на людей, а точнее на их нормы и ценности.

Результаты вопроса о соответствии гендерных ролей в рекламе современной действительности двувариантны.

42.8% респондентов считает, что реклама все же не отражает в полной мере актуальные гендерные роли мужчин и женщин в обществе. Но 39% респондентов думает наоборот – по их мнению, реклама хоть и частично, но иллюстрирует в показах мужские и женские роли людей в обществе.

Так или иначе, мы можем сделать вывод о том, что реклама в этом плане также может быть двувариантна: она может как отражать современную реальность, так и коверкать или искажать ее.

Последний вопрос анкеты касался наличия гендерной дискриминации в российской телевизионной рекламе.

По результатам ответов на этот вопрос, мы видим, что в телевизионной рекламе наблюдается высокая распространенность гендерной дискриминации. Около 70% респондентов указали на то, что, по их мнению, в некоторых типах рекламы она действительно присутствует.

Таким образом, мы выяснили, что все 4 мужских и женских образа, показанные в рекламных роликах, респонденты считают стереотипными, при этом либо лишь частично, в единичных случаях, соответствующими современной действительности, либо вообще не имеющими с ней ничего общего.

Также из-за несоответствия мужских и/или женских рекламных образов современной действительности или в целом из-за самого показа гендерных стереотипов по телевидению большинство респондентов испытывают негативные эмоции. Наиболее распространенными отрицательными эмоциями стали раздражение и недоумение, что так или иначе свидетельствует о чувстве разочарования и замешательства при изображении искаженных гендерных ролей в телерекламе. Подобное отношение у респондентов сохраняется и в отношении рекламируемого таким образом товара/услуги.

Также показ гендерных стереотипов в телерекламе может влиять и на общественное сознание. По мнению респондентов, изображение гендерных стереотипов в телерекламе в той или иной степени влияет на общественное сознание. Это подчеркивает важность рекламного контента и его влияние на формирование социальных норм и ценностей.

И, по мнению жителей г. Ростов-на-Дону, телевизионная реклама может как отражать актуальные гендерные роли людей в обществе, так и менять их, тем самым невольно доходя до прямой или косвенной гендерной дискриминации, с которой, как мы видим по результатам опроса, респонденты, смотря телерекламу, сталкивались.

Литература

1. Нархов, Д. Ю. Реклама: управленческий аспект : учебное пособие / Д. Ю. Нархов, Е. Н. Нархова ; [науч. ред. Н. Б. Серова] ; Министерство образования и науки Российской Федерации, Уральский федераль-

ный университет. — Екатеринбург : Издательство Уральского университета, 2015. — 264 с.

2. *Basow S. A.* Gender stereotypes and roles. Pacific Grove, 1992.

3. *Pollay R. W.* The Distorted Mirror: Reflections on the Unintended Consequences of Advertising. *Journal of Marketing*. 1986. Vol.50.

ПЛОЩАДКА 2.
ФИНАНСОВЫЙ УНИВЕРСИТЕТ ПРИ
ПРАВИТЕЛЬСТВЕ РФ
(г. Москва)

**Экономические факторы, влияющие на формирование
студенческого бюджета**

*Андрущенко А. Л., Голобородова А. С., Котова Е. А.,
Шеревера В.Р.*

Финансовый Университет при Правительстве РФ, г. Москва

Бюджет — это финансовый план, который суммирует доходы и расходы за определенный период времени. Таким образом, для составления и планирования бюджета необходимо учитывать, во-первых, все источники дохода, например, заработную плату, стипендии, социальные выплаты, и, во-вторых, все статьи расходов - питание, одежда, проезд, уплата налогов, квартплата и так далее.

Согласно исследованию Ю. Б. Матюшиной и Д. С. Петрова [1], посвященному изучению факторов, влияющих на формирование бюджета современного студента, большую часть доходных статей бюджета студента составляют помощь родителей, постоянная работа, стипендии, гранты, займы, и другое.

Заметим, что помощь родителей является основным источником дохода для абсолютного большинства студентов (74,4%), что может говорить о несамостоятельности студентов, а также о недостаточности стипендии для комфортной жизни. Лишь 8,3% опрошенных студента имеют постоянную работу и заработную плату, а некоторым даже приходится брать займы для самообеспечения.

Если говорить о статьях расходов, то были выделены такие категории как: одежда, обувь; коммунальные услуги; покупка лекарств; походы к врачу; интернет, связь; продукты; бытовая химия; электроника; техника; средства личной гигиены; культурные мероприятия; дополнительное образование; хобби.

Основными статьями расходов являются хобби, средства личной гигиены, культурные мероприятия, интернет и связь. Стоит отметить, что большинству студентов все расходы покрывают родители, в особенности дорогостоящие покупки – электронику и технику, коммунальные услуги.

Однако, очевидно, что помимо субъективных факторов на формирование бюджета огромное влияние оказывают факторы объективные, к которым, в первую очередь, относятся экономические: ВВП на душу населения; налоговая политика государства; уровень развития экономики; уровень занятости населения; уровень инфляции; развитие фонда оплаты труда; коррупция; инвестиции в основной капитал и т.д.

В основном структура бюджета государства складывается на основе ВВП и финансовой политики страны. Рост ВВП оказывает положительное влияние на формирование бюджета страны, ведь данный фактор указывает на количество произведенных товаров и услуг, и чем больше оно, тем больше налоговое поступление в бюджет страны. Однако, важно учитывать тот факт, что понижение уровня ВВП является признаком экономического спада. В таком случае доходы государства снижаются.

При этом налоговые отчисления составляют 80-90% в формировании бюджета государства. Благодаря эффективному проведению налоговой политики, которая не оказывает значительного давления на граждан и не теряет стимулирующей функции, увеличиваются поступления в государственный бюджет [2].

На наш взгляд, среди всех перечисленных экономических факторов следует выделить налоговую политику страны, а также интеграцию государства в мировую экономическую систему. Именно данные факторы являются значимыми при формировании доходной части бюджета государства с помощью налоговых поступлений, ведь основная часть бюджета РФ формируется на основе налога на добавленную стоимость.

Однако, если мы говорим о формировании студенческого бюджета, то тут главными экономическими факторами являются те, что носят субъективный характер: уровень получаемых доходов, занятость каждого члена семьи и обеспеченность жильем.

В рамках научной студенческой работы в Финансовом университете при Правительстве Российской Федерации нами было проведено эмпирическое исследование методом анкетного опроса среди студентов

российских вузов (N=150 человек) для определения основных вопросов, касающихся студенческого бюджета и выявления основных экономических факторов, которые влияют на его формирование.

Кратко представим некоторые полученные результаты:

1. Для большинства студентов источником дохода служат родители (82,6%), заработок (подработка) (47,8%) и стипендия (34,8%);

2. Под ведением бюджета студенты понимают – планирование расходов и доходов (91,3%);

3. Малая часть студентов (13%) записывают свои доходы и расходы в специальной программе и четко и последовательно ведут свой бюджет. Для большинства «ведение бюджета» — это либо мысленное конструирование основных доходов и расходов, либо (что чаще) – формирование и накопление некой суммы для запланированной покупки;

4. На формирование имеющихся знаний в области управления личными финансами у студентов повлияли родители и родственники, а также их собственный опыт.

К сожалению, даже предварительные выводы четко указывают на недостаточный уровень финансовой культуры современного российского студенчества и тенденции на исполнение сиюминутных желаний без четкого горизонта планирования собственного бюджета.

Литература

1. Павлова Л. Бюджетное финансирование и проблема государственного долга / Л.Павлова // Экономист. 1996. №4. С.23-25. – Текст: непосредственный.

2. По данным Министерства финансов Российской Федерации – URL: <http://www.minfin.ru> (Дата обращения 12.02.2023).

3. Афанасьев М. П. Основы бюджетной системы. - М.: Изд. дом. Государственного университета – Высшая школа экономики. 2009.

4. Матюшина Ю. Б., Петров Д. С. Факторы, влияющие на формирование бюджета современного студента / Ю. Б. Матюшина, Д. С. Петров // Вестник ВГУ. Серия: История. Политология. Социология. 2019. №3. С. 84–88. – Текст: непосредственный.

Женщины и ИТ в мировом пространстве

Данилова М. Р., Трусова К. А.

Финансовый университет при Правительстве РФ, г. Москва

В современном мире существует ряд различных острых социальных проблем, одной из которых является недостаточная представленность женщин в сфере цифровых технологий, причём данный социальный факт является и экономической сложностью. Однако прежде, чем говорить о занятости в области ИТ, рассмотрим, как обстоит ситуация в экономике в целом.

Согласно российским статистическим данным, женщины в меньшей степени, чем мужчины, вовлечены в экономику страны: среди женщин уровень занятости составляет 60%, а среди мужчин — 72%. При этом более трети женщин, которые заняты в экономической сфере, имеют высшее образование (в то время, как мужчины лишь в 28% случаев). Также отмечается, что, по данным статистики, высококвалифицированных специалистов-женщин больше, чем высококвалифицированных специалистов-мужчин [1].

Помимо этого, 40% россиян уверены, что построить карьеру и получить повышение проще мужчинам, и только 6% считают, что женщинам. По мнению 24% опрошенных россиян в ходе исследования НАФИ в 2020 году, женщины хуже справляются с руководящими должностями, а 83% россиян вообще не ассоциируют женщину с успехом. Таким образом, «женский вопрос» в области российской экономики еще не до конца решен и требует большего внимания общественности [1].

Далее встает вопрос: как же обстоит ситуация в сфере цифровых технологий? По мнению ряда экспертов, ИТ стали главным социальным лифтом XXI века, стирающим географические и гендерные границы для востребованных специалистов. Однако, как показывает статистика, женщины в России мало пользуются возможностями этой сферы. Например, исходя из данных аналитического центра НАФИ, россияне-родители почти втрое реже советуют специальности и профессии в сфере ИТ-технологий своим дочерям, нежели сыновьям [2].

Данная проблема актуальна не только для России, но и для мира в целом, о чем свидетельствует ряд исследований. Например, в исследова-

нии канадского журналиста К. Томпсона «Тайная история женщин в IT» говорится о том, что родители вдвое чаще покупают компьютеры сыновьям в качестве подарка, нежели дочерям, и, более того, в том случае, если компьютер был приобретён для всей семьи, то чаще всего его устанавливают в комнате мальчика [3].

С переходом во взрослую деловую жизнь дисбаланс сил сохраняется. Немецкая аналитическая компания «Statista» приводит данные по отрасли цифровых технологий за 2020 год: в области больших данных и ИИ доля женщин составляет около 32%, а в сфере облачных вычислений – 14,2% [4].

Исходя из информации о гендерном равенстве на рабочих местах исследовательской группы LinkedIn Economic Graph за май 2022 года, среди пользователей LinkedIn, работающих в отрасли информационных технологий, всего 32% женщин от общего числа сотрудников [4]. Таким образом, сфера программного обеспечения и ИТ-услуг, несмотря на ряд своих преимуществ, пока считается мало доступной для женщин.

Что касается России, то, по данным исследования организации «Опора России», в 2019 году в российском IT-секторе работало только 20% женщин, в топ-менеджменте IT – всего 7%. Помимо этого, на 2019 год, 21% резюме в сфере IT было опубликовано от женщин, в то время как 79% резюме – от мужчин. Получается, что количество специалистов мужского пола в секторе IT на рынке труда превышает количество девушек [5]. Об этом свидетельствуют и данные вузов: девушек на технических специальностях меньше, чем мужчин. В различных учебных заведениях в текущих реалиях имеют место быть случаи, когда особый акцент делается на том, что технические специальности - «не женское дело», что негативно влияет на молодых студенток, закладывая стереотип, что IT – не для женщин.

По данным Московского физико-технического института (на 2021 год), за последние 3 года соотношение девушек и парней среди абитуриентов, поступающих на различные IT-специальности, практически не менялось. Количество девушек от общего числа абитуриентов составляет всего 27% [6].

И так как мы видим, что на образовательных технических программах обучается мало женщин, следовательно, на рынке труда мы на-

блюдаем большой разрыв среди специалистов на гендерном уровне: по данным Head Hunter, в России на десять мужчин-специалистов в IT приходится три женщины [7].

Несмотря на небольшое число женщин в IT нельзя отрицать тот факт, что женщины многое внесли в техническую направленность. Например, двоичный код был изобретён математиком-женщиной Адой Августой Лавлейс, более того, результатом трудов данного учёного стало написание первой программы и введение ключевых понятий программирования («цикл» и «рабочая ячейка»). Первый цифровой ПК общего назначения был создан тоже женщиной – американской программисткой Бетти Холбертон [8]. Из современных женщин-профессионалов в IT-индустрии хотелось бы упомянуть о Челси Финн — доценте кафедры компьютерных наук и электротехники в Стэнфордском университете. Из соотечественниц можно отметить также Кристину Тихонову, президента компании Microsoft в России.

Таким образом, несмотря на примеры успешных женщин-IT специалистов в истории, статистические данные по России и миру показывают, что гендерный дисбаланс среди умов, которые двигают технический прогресс планеты, ощутим. Однако это не значит, что ничего уже не изменить. В заключение нашей работы мы хотели бы представить те проекты и отечественные и международные площадки, которые могут помочь женщинам развить свои навыки в сфере IT [9]. Вот перечень некоторых из них, которые специализируются именно на помощи женщинам в обучении и развитии в области технологий:

- «Women in Tech» – международная платформа, которая представлена и в России, объединяющая в себе ряд программ для женщин, желающих связать свою жизнь с технологиями. В рамках встреч и проектов женщины обсуждают новейшие технологические тенденции, поддерживают друг друга в сфере IT-бизнеса и наращивают деловые контакты;
- «Girls in Tech» — международное сообщество для женщин, заинтересованных в расширении прав и возможностей женщин в сфере технологий;
- «GO-IT-GIRLS RUSSIA» - российский онлайн-марафон, ориентированный на женщин, которые только начинают свою карьеру в сфере IT;

- «Women who code» – международная организация, в рамках которой проводятся встречи для женщин-программистов по всему миру, в том числе и в Москве (при поддержке «Яндекса»);
- «HeraFund» и «Golden Seeds» – специальные женские инвестиционные фонды, предназначенные для развития и продвижения женского бизнеса, в том числе в сфере ИТ.

Литература

1. Стереотипы в отношении женщин и их социально-экономические последствия – [Электронный текст] // НАФИ. – 2020. – URL: <https://nafi.ru/analytics/stereotipy-v-otnoshenii-zhenshchin-i-ikh-sotsialno-ekonomicheskie-posledstviya/?ysclid=lg4vtqgdfm165863049>
2. Эксперт: стереотипы препятствуют реализации женщин в цифровой сфере – [Электронный текст] // НАФИ. – 2020. – URL: <https://nafi.ru/analytics/ekspert-stereotipy-prepyatstvuyut-realizatsii-zhenshchin-v-tsifrovoy-sfere/?ysclid=lg4w15hz1h332570087>
3. *Громов О.* Женщины в ИТ-индустрии: ожидания vs реальность – [Электронный текст] // Inc. – 2022. – URL: <https://incussia.ru/understand/women-it/>
4. Женщины в ИТ: как в условиях гендерного дисбаланса найти своё место в мире двоичного кода – [Электронный текст] // Vc.ru. – 2022. – URL: <https://vc.ru/u/1129435-htdev/504579-zhenshchiny-v-it-kak-v-usloviyah-gendernogo-disbalansa-nayti-svoe-mesto-v-mire-dvoichnogo-koda?ysclid=lg4wjllh1713309314>
5. *Вагрядян Э.* «Ты же девушка, поссоришься с парнем, и весь день провален». Программистка — о дискриминации в ИТ и своей карьере – [Электронный текст] // RB.ru. – 2020. – URL: <https://rb.ru/opinion/women-in-tech/?ysclid=lg4x044e4x698644240>
6. *Иванова Ю.* В российской сфере ИТ стало больше женщин — исследование – [Электронный текст] // Plus One. – 2021. – URL: <https://plus-one.ru/news/2021/09/30/v-rossiyskoy-sfere-it-stalo-bolshe-zhenshchin-issledovanie?ysclid=lg4x2sbwyt408214728>
7. Место женщины в фронтенде: карьера в ИТ — как ее делать здесь и сейчас – [Электронный текст] // РБК. – 2017. – URL: <https://style.rbc.ru/health/5a268aeb9a7947737637fce0>

8. *Синицына А.* Код, написанный женской рукой – [Электронный текст] // Telesputnik. – 2023. – URL: <https://telesputnik.ru/materials/trends/article/kod-napisannyu-zhenskoy-rukoy>
9. *Гапоненко Т.* Образовательные проекты для женщин, мечтающих попасть в ИТ – [Электронный текст] // RB.ru. – 2017. – URL: <https://telesputnik.ru/materials/trends/article/kod-napisannyu-zhenskoy-rukoy>

Гендерная структура участников социально-профессиональных сообществ и особенности их социальной деятельности

Ульянов Д. В.

Финансовый Университет при Правительстве РФ, Москва

Актуальность заявленной проблемы связана с развитием социально-профессиональных сообществ как вида НКО. Оно происходит в контексте развития гражданского общества, занимающегося социальными инициативами для оказания поддержки согражданам.

Всего по состоянию на апрель 2023 зарегистрировано, согласно реестру Минюста, 210 839 [1] НКО. В феврале 2023 их количество составляло 210 079, что свидетельствует о динамике развития НКО составляет 0,12% в месяц и при сохранении существующих темпов открытия составит 1,44% в год. В Федеральном законе «О некоммерческих организациях» от 12.01.1996 №7-ФЗ (далее – закон об НКО) указано, что некоммерческая организация – это организация, не имеющая своей основной целью получение прибыли и не распределяющая полученную прибыль перед своими участниками [2].

Под социально-профессиональными сообществами понимаются сообщества, представители которых имеют общий социальный и профессиональный признаки, а также объединены общими социальным происхождением и трудовой деятельностью [3].

Научные исследования в области социально-профессиональных сообществ, прежде всего, определяются теорией социальной структуры. Исследования в области социальной структуры общества связаны с именами Э. Дюркгейма, Б. Малиновского, К. Леви-Стросса, А.-Р. Рэдклиффа-

Брауна, Т. Парсонса. Т. Парсонс разработал структурно-функциональный подход, согласно которому общество – система взаимосвязанных между собой элементов, функционирующих на основании их взаимосвязи и социальном контроле за поведением индивидов. Центральный элемент социальной структуры – социальные группы, к которым относится каждый индивид. Изучение поведения участников социальных групп связано с Г. Зиммелем, Э. Дюркгеймом, Л. Гумпловичем (во второй половине XIX века – начале XX века). Последний определял, что изменения в социальном мире происходят только благодаря группам [4], тем самым подчёркивая значение социальных групп в социальной структуре общества. В то же время, тесные непосредственные связи и сотрудничество свойственны лишь малым группам, изучение которых связано с Ч. Кули и Дж. Мидом. Социальная группа, таким образом – «совокупность индивидов, имеющих общий социальный признак и выполняющих общественно необходимую функцию в общей структуре общества, разделения труда и деятельности» [3]. Индивиды при деятельности в социальных группах также отстаивают свои интересы. Процессы преобразования социальных групп в социальные сообщества, а также интересы, реализуемые их участниками, изучались Д. Грином на примере британских обществ взаимопомощи в середине XIX века [5]. Отличие социальной группы от социального сообщества заключается в том, что сообщество социальное – «совокупность организаций, имеющих общий социальный признак и выполняющих общественно необходимую функцию общей структуре общества, разделения труда и деятельности» [3].

Интересы индивидов, участвующих в социально-профессиональных сообществах, связаны с развитием социальной деятельности. Социальная деятельность определяется как «социально значимых действий, осуществляемых субъектом <...> в различных сферах организации общества, преследующих общие социальные цели» [3] и использующих различные средства для достижения этих целей. Средства, направленные на достижение социальных целей – социальные, экономические, идеологические, политические.

Формы социальной деятельности – волонтерство, социальная поддержка граждан, участие в акциях (протестных, конструктивных, патристических, социальных и т.д.). Условия социальной деятельности соци-

ально-профессиональных сообществ обусловлены как и объективными (занятие общей профессиональной деятельностью), так и субъективными факторами. К объективным факторам относится занятие общей профессиональной деятельностью и общее социальное происхождение участников социально-профессиональных сообществ. Субъективные факторы – самоидентификация индивидами себя как участников социально-профессиональных сообществ, мотивация их участия в социальной деятельности (желание принести пользу людям, самореализация, участие семьи / друзей и т.д.), характер их социальных действий (активный и пассивный).

Особенности социальной деятельности участников социально-профессиональных сообществ следует рассматривать через призму теории социальных изменений П. Штомпки – то есть, для каждого исторического периода существуют наиболее актуальные приоритеты, формирующие определённые нормы и правила. В настоящем социальном времени следует выделить ряд особенностей:

1. Изменение правовой инфраструктуры, связанной с законом об НКО, причём в 2012 году произошло разграничение их деятельности через обозначение категории «иностранных агентов»;
2. Расширение интересов и целей их участников, что связано с том числе с повышением уровня образования;
3. Развитие предпринимательского сообщества, начиная с 1990-х годов;
4. Сохранение тактики малых дел, реализуемой через неформальные встречи участников социально-профессиональных сообществ, одно из направлений которых – поддержание профессиональной солидарности в их среде;
5. Смена поколений – в 2000-е и 2010-е годы лидерами социально-профессиональных сообществ становятся выходцы из предпринимательства, науки, образования. Они сменили лидеров, приобретших опыт социальной и управленческой деятельности в партийных и комсомольских структурах в период СССР
6. Наличие инициативного харизматичного лидера, который часто и создаёт социально-профессиональные сообщества;

В отечественной социологии исследовалась гендерная структура участников социально-профессиональных сообществ. По данным И.В. Мерсияновой и Л.И. Якобсона, в 2007 году 57% постоянных участников НКО были женщинами [6, с. 25]. Многие участники НКО мотивацией для своей деятельности назвали желание приносить пользу людям (61% респондентов). Вторая ключевая причина участия в НКО связана с тем, что участникам «нравится круг общения» [6, с. 31].

О.С. Болгова при исследовании НКО в Пермском крае в 2007 году (n = 308 представителей НКО), напротив, отмечает некоторое преобладание мужчин – 51% мужчин и 49% женщин. 8 из 308 НКО в регионе – женские, что составляет 2,6% от всех НКО пермского края [7, с. 262]. Большинство региональных НКО – профсоюзные: 11,7%, или 36 организаций.

Гендерная структура участников НКО рассматривалась и в исследовании ВЦИОМ (2021-2022), посвящённая деятельности руководителей НКО [8]. Заказчиком исследования стал Благотворительный фонд Владимира Потанина. Результаты исследования показали, что руководители НКО – преимущественно женщины 45-59 лет. 67% руководителей НКО – женщины, в то время как мужчин среди них – 33%. Директор социальных проектов VK А. Бабкина объясняет эти результаты тем, что создатели НКО – женщины, в семьях которых происходили связанные с семьёй и с ребёнком происшествия [9]. После этого, по её мнению, женщины-руководители НКО стремятся решать социальные проблемы, знакомые им на собственном опыте.

И.В. Мерсиянова из гендерной специфики деятельности НКО отмечает преобладание женщин не только среди руководителей, но и среди активистов. При этом гендерная специфика зависит от направления деятельности организации: среди активистов спортивных и технических НКО преобладают мужчины, в то время как в социально ориентированных НКО большинство участников – женщины.

Большинство респондентов исследования ВЦИОМ (2021-2022) имеют высшее образование (67%), что подтверждает тезис о развитии высшего образования среди участников социально-профессиональных сообществ. Самый распространённый профиль полученного высшего образования – общественно-гуманитарный (72%). Тезис о развитии пред-

принимательского сообщества в среде социально-профессиональных сообществ подтверждается этим же исследованием – 55% руководителей НКО имели управленческий опыт в коммерческом секторе [8]. 54% респондентов имеют дипломы и сертификаты в сфере управления.

Отдельно следует отметить оценку руководителями НКО своей роли в организации. 38% опрошенных руководителей видят себя и управленцами, и идейными руководителями [10]. Как управленцев себя оценивают 28%, как идейных вдохновителей – 24%. Это важно выделить в связи с ролью инициативного руководителя, создающего организацию и в дальнейшем способного являться как формальным, так и неформальным её лидером.

Таким образом, в социальной деятельности социально-профессиональных сообществ достаточно высока активность женщин, в том числе имеющих управленческий опыт в коммерческом секторе. Особенности социальной деятельности участников социально-профессиональных сообществ связаны с такими изменениями, как смена поколений лидеров, развитие высшего образования среди участников, развитие предпринимательского сообщества среди социально-профессиональных сообществ. Отдельно выделяется и самоидентификация руководителей НКО – более трети считают себя не только управленцами, но и идейными вдохновителями, что важно для неформального лидерства руководителей, способных мотивировать своих сотрудников.

Литература

1. О деятельности некоммерческих организаций. Информационный портал Министерства юстиции Российской Федерации [Электронный ресурс]. – URL: <http://unro.minjust.ru/NKOs.aspx>
2. Социологическая энциклопедия: В 2 т. Т 2 / Национальный общественно-научный фонд / Руководитель научного проекта Г.Ю. Семигин; Главный редактор В. Н. Иванов. М.: Мысль, 2003. 863 с.
3. *Гумплович Л.* Основания социологии // Западноевропейская социология XIX — начала XX веков: тексты. М.: Международный университет бизнеса и управления, 1996. 520 с.

4. *Грин Д. Дж.* Возвращение в гражданское общество: Социальное обеспечение без участия государства. М.: Новое издательство, 2009. 220 с.

5. *Мерсиянова, И. В., Якобсон И. Л.* Негосударственные некоммерческие организации: институциональная среда и эффективность деятельности. М.: Изд. дом ГУ ВШЭ, 2007. 170 с.

6. *Болгова О. С.* Социологический портрет некоммерческих организаций Прикамья (по результатам социологического исследования) / О. С. Болгова // Вестник Пермского государственного технического университета. Социально-экономические науки. 2009. №3. С. 261–271. – Текст: непосредственный.

7. ВЦИОМ нарисовал портрет типичного руководителя НКО. Это женщины 45–50 лет с гуманитарным образованием [Электронный текст]. – URL: <https://www.vedomosti.ru/society/articles/2022/09/20/941748-portret-tipichnogo-rukovoditelya> (дата обращения 05.04.2023)

8. ВЦИОМ нарисовал портрет типичного руководителя НКО [Электронный текст]. – URL: <https://fondpotanin.ru/press/press-about/vtsiom-narisoval-portret-tipichnogo-rukovoditelya-nko/> (дата обращения 05.04.2023)

9. Как выглядит современный руководитель НКО – исследование [Электронный текст]. – URL: <https://fondpotanin.ru/press/press-about/kak-vyglyadit-sovremennyy-rukovoditel-nko-issledovanie/> (дата обращения 05.04.2023)

ПЛОЩАДКА 3.
ВОЛГОГРАДСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ
УНИВЕРСИТЕТ,
г. Волгоград,
КАЗАНСКИЙ (ПРИВОЛЖСКИЙ) ФЕДЕРАЛЬНЫЙ
УНИВЕРСИТЕТ,
г. Казань

**Методология и смена парадигм в исследовании
социогендерного пространства гендерного равноправия**

Редько С.А., Войтов А.В.

ФГКОУ ВО «Волгоградская академия» МВД России, г. Волгоград

Идея женского равноправия всерьез волнует социальные слои общества в настоящее время, ведь повсеместная глобализация позволяет расширить границы стереотипного суждения о существовании женщин в условиях развивающегося общества. Смена модели экономического и политико-государственного устройства за последние годы позволила пересмотреть устройство и структуры всех женских общественных организаций. Построение всей социогендерной науки, как и гендерной социологии, основывается на двух фундаментальных моделях, а именно: первая представляет собой активный процесс перестройки российского общества и его демократизации в начале 90-х годов XX в., активным участником которого становится женское население, как преобладающая его часть; вторая заключается в реакции ученого-социолога на резкое развитие процесса демократизации советского общества как нового факта социальной истории. В мае 1990 года научным коллективом ГасСИ и под руководством профессором Г.Г. Силласте было проведено первое всеобъемлющее социологическое исследование по изучению общественного мнения женского населения, выступившего непосредственно в роли субъекта политики. Данное исследование стало настоящим резонансом для общества того времени, положив собой начало в истории становления гендерной социологии советского государства, а в дальнейшем и российского общества [2,3,4].

«Женский вопрос» всерьез тревожил не только представителей науки, но и озадачивал литературных критиков, поэтов и деятелей искусства. Михайлов М.Л. стал первым публицистом в России, напечатавшим в 1852 г. статью о роли женщин в обществе: «Женщина, их воспитание и значение в семье и обществе». Русские публицисты-мужчины писали о женщине как человеке, требующем уважения, заботы. Это уже являлось прорывом, ведь еще в XIX веке женщины не имели паспортов, их данные регистрировались либо в документах отцов, либо их мужей. Получение образования женщиной было достаточно редким явлением, ведь для этого необходимо было состоять в браке. Основоположниками женских общественных движений в России можно смело считать женщин, занимающих высшие или среднее положение в обществе. Они были наделены возможностью заниматься социальной работой, культурным просвещением населения, благотворительностью, направленной на развитие женского образования и борьбы с существующими в обществе гендерными стереотипами, ограничивающими, загоняющими женщин в жесткие рамки. Самую активную фазу борьбы за женские права можно отнести к 1860 году, в данный период начинают активизироваться либеральные движения, что позволяет женщинам высказывать свое мнение по поводу кажущихся сегодня обыденных «вещей», таких как образование, возможность выделения рабочих мест, получение заработной платы за выполняемую работу.

В 1908 году был проведен первый женский съезд, в котором приняло участие свыше 1000 женщин со всей страны, финансирование съезда осуществлялось на средства самих участниц. В результате первого женского съезда были приняты важнейшие резолюции: о страховании работников труда женского пола, охрана материнства и детства, изменение брачного законодательства и роли женщин в браке, их прав. Но по-настоящему можно говорить о существовании женских движений только с начала 90-х XX в., так как ряд многочисленных факторов (в том числе, политических, экономических), проявляющихся в истории российского государства, сдерживали развитие женских общественных организаций. В 90-х годах начали активно формироваться независимые женские организации, большинство данных организаций и объединений

стали выдвигать требования к государственному аппарату о соблюдении как социальных, так и трудовых прав женщин [1]. Обсуждались проекты антидискриминационных законов, разрабатывались и рассматривались первые законопроекты о домашнем насилии, т.к. нельзя было игнорировать факт пропаганды женщин, как «объекта сексуальности», а также необходимо было противостоять пропаганде представлений о том, что место женщины на кухне, в прачечной, «за мужем». А ведь именно такие идеи активно продвигалось в массы посредством «женских журналов», которые составляли почти 30% продаваемых всех журналов того времени.

С новым веком в России появились и новые объединения женщин, прямо именуемые себя феминистками, придерживающиеся идеей формирования женского самосознания и понимания причин гендерного неравенства в российском обществе. Активная деятельность общественных организаций России в 2021 году способствовало разработке законопроекта, вступившего в силу в виде приказа Минтруда и социальной защиты РФ о сокращении запрещенных профессий для женщин. Их количество уменьшилось почти на 360 единиц. На сегодняшний день проблема гендерного неравенства, по-прежнему, остро захватывает не только политическую и экономическую стороны общественной жизни, но и общественно-социальную. Самой главной задачей феминисток-активисток современного государства является в первую очередь формирование общественного сознания. Гендерные стереотипы, развивающиеся в головах не только мужской части населения, вынуждают считаться с диктуемой «нормой» предусмотренной обществом. Стереотипизация женщин исключительно в роли матери зачастую не позволяет реализовать женщине свой потенциал в сфере деятельности, ведь девушкам чаще всего отказывают в предоставлении рабочих мест именно из-за их гендерного статуса и возможности выхода в декретный отпуск, откуда вытекает новая проблема женской бедности. Женская бедность, тоже волнует активисток женских общественных движений, ведь женщины, находящиеся в статусах «матери-одиночка», «женщины в декрете», являются незащищенными с экономической точки зрения. Также остро стоит вопрос о безопасности женщин в современном мире и их

уверенности в защищенности. Но несмотря на огромное количество объективных и реально существующих проблем, понятных не только женским общественным организациям, но и признаваемых обществом и государством, женские организации повсеместно встречаются с различными тормозящими процесс реализации проектов фактами, независимыми от их действий.

Исследование центра НАФИ при поддержке Совета Евразийского женского форума показало, как далеко нам до равноправия, по их данным примерно 71% россиян считают, что главное предназначение женщин быть матерью, хозяйкой, 89 % (что является подавляющим большинством женщин) заявили, что мужчина обязан быть «добытчиком». Ярким примером доминирования мужчин можно проследить на примере политической и предпринимательской деятельности в российском государстве: в политической деятельности женщин насчитывается всего 4%, в предпринимательской деятельности статистические данные демонстрируют еще более поражающие результаты, а именно всего 1% женщин участвующие в бизнесе.

Учитывая сложность политической ситуации, происходящей в мире, необходимость консолидации российского общества перед лицом глобального пространства и конфронтальной позиции стран Западной Европы и США, задачей женских российских НКО является укрепление связей с женскими организациями стран не настроенных на взаимный диалог, базируясь на принципах взаимоуважения и общечеловеческого стремления в оказании помощи нуждающимся слоям населения. Вера в женский гуманизм и стремление к мирным решениям способствуют выстраиванию взаимовыгодных, можно сказать, дружеских отношений и сотрудничества. Поэтому в обществе на данный момент должны активно развиваться международные женские НКО, способствующие образованию новых союзников. Кроме того, следует принимать во внимание необходимость развития женского дипломатического влияния, так называемого, мягкого дипломатического международного сотрудничества [5].

Литература:

1. Букина А.А. Женские некоммерческие организации современной России: Опыт классификации // Право и современные организации. 2017. № 4. С. 24-40.
2. Женщины и демократизация: общественное мнение женщин по актуальным социально-политическим вопросам / Под ред. Г.Г. Силласте. М.: Луч, 1991. 104-107 с.
3. Силласте Г.Г. Социология гендерная // Социологическая энциклопедия: В 2 т. Т. 2. М.: Мысль, 2003. 830-831 с.
4. Силласте Г.Г. Российские женские организации как форма социального сообщества и его социальная динамика в модусах глобализации и становления нового гендерного порядка // Женщина в российском обществе. -2021. № 2. С.28-46.
5. Гендерное равенство XXI века: глобальные вызовы и локальные ответы / Н. М. Великая, Е. М. Березкина, Е. А. Ирсетская [и др.] ; под общ. ред. Н. М. Великой . – Москва : Ключ-С, 2023. – 260 с.

Профессиональные стратегии и ценностные ориентации сотрудниц НКО: общероссийские и региональные особенности

Николенко Н.А., Ситникова Я.И.

Волгоградский государственный университет, г. Волгоград;
Автономная некоммерческая организация социального обслуживания населения «СОЦИУМ», г. Волгоград

Актуальность изучения профессиональных стратегий и ценностных ориентаций сотрудниц некоммерческого сектора не вызывает сомнения. Деятельность женщин, задействованных в НКО по предоставлению разнообразных услуг (социальных, юридических, образовательных, медицинских), способствовала развитию рынка обслуживания нуждающегося в поддержке населения, а также повлияла на мотивацию к труду самих сотрудниц. Это выражается в восприятии сотрудницами своей трудовой занятости в организации как к возможности осуществления профессиональных стратегий и интересов. Вопросы профессиональной реа-

лизации женщин в НКО рассматриваются представителями научного сообщества с разных позиций: как источник их социального монетарного капитала и ресурса для индивидуальной внутриспоколенной социальной мобильности[8]; как «реперные точки», в которых происходят изменения профессиональной траектории занятости женщин в некоммерческом секторе под влиянием значимых исторических событий, происходивших в России (горбачевской перестройки, перехода общества на рыночные отношения и т.д.)[9]. Изучаются инновационные формы профилактики профессионального выгорания руководителей некоммерческих организаций [2], мотивация трудовой деятельности женщин некоммерческих предприятий в условиях ограниченных финансовых ресурсов [1,3,6]. Исследуются российские женские организации, как формы социального сообщества, а сам женский некоммерческий сектор, как один из способов достижения равноправия и становления нового гендерного порядка [4,8]. Поводятся эмпирические исследования, посвященные анализу направлений работы НКО, а также выявлению готовности/неготовности граждан оказывать благотворительную поддержку тяжелобольным детям и неизлечимым «взрослым» (в том числе, женщинам) [11]. Так, в результате опроса граждан ВЦИОМ было выявлено, что подавляющее большинство респондентов (78%) готовы пожертвовать средства, в первую очередь, детям с тяжелыми заболеваниями, нежели пожилым людям, объясняя это тем, что у «детей вся жизнь впереди, а взрослые уже пожили» (23%), «дети вызывают больше сочувствия» (17%), «дети — это святое, наше будущее» (13%). А взрослые люди сами виноваты в своих заболеваниях (4%) и имеют больше возможностей позаботиться о себе самостоятельно (8%) [12]. Что дает основание, во-первых, констатировать слабую информированность граждан по вопросам, касающихся причин и характера заболеваний тяжело больных, порой неизлечимых взрослых людей, в том числе женщин. А во-вторых, недостаточные благотворительная помощь (в сравнении с детской) и финансирование деятельности сотрудниц НКО, оказывающих поддержку взрослым получателям социальных услуг, может привести к ослаблению мотивации работать со взрослыми людьми, нуждающимся в помощи, профессиональному выгоранию женщин-сотрудниц НКО и изменению их профессиональных стратегий.

В то же время проведенные исследования о структуре благотворительности и ее половозрастном спонсорском представительстве свидетельствуют о ее «женском лице»: среди тех, кто поддерживает некоммерческие организации, женщин было 70%; среди опрошенных респондентов, которые хотя бы один раз в год оказывали социальную поддержку и помощь населению, женщин оказалось почти 60%; а каждая третья из опрошенных женщин (35%) оказывали помощь детям [5].

А общероссийские исследования, посвященные профессиональной идентичности женщин и их мотивации работать в НКО, позволили выделить следующие особенности [10]:

- Несмотря на гендерную асимметрию в составе сотрудников НКО (ориентированных на оказание поддержки и помощи населению), выраженную в преобладании среди них женщин, сами сотрудницы не считают это недостатком, а, наоборот подчеркивают, что именно в этом секторе они чувствуют себя наиболее эффективными и нужными.

- Женщины- руководители НКО является экспертами в деле оказания помощи благополучателям. Их отличает высокая мотивированность, многофункциональность, стремление к постоянному обучению и саморазвитию. Их мотивация к труду (также как и у рядовых сотрудниц организаций) базируется на ценностях профессионально-этической парадигмы, одобряемой обществом: любовь к людям и забота о них, благожелательность, профессионализм, ответственность, осознание значимости своей деятельности для социума, забота о создании и поддержании положительного имиджа своей организации.

- Для рядовых сотрудниц НКО (в отличие от женщин – руководителей НКО) характерно отсутствие карьерных амбиций. Для них работа в НКО не ассоциируется с обязательной необходимостью продвижения по карьерной лестнице. В подавляющем большинстве фиксируется горизонтальная профессиональная мобильность, связанная со сменой или совмещением обязанностей, концентрацией внимания на выполнении определенных функций. Но имеются случаи и изменения статусных позиций внутри НКО по вертикальной линии.

- Работа в НКО полностью удовлетворяет сотрудниц (91%), мотивирует учиться новому, развиваться и расти профессионально. В НКО поощряется позитивное отношение к получению дополнительного

образования, поддерживается и одобряется инициатива и социальное творчество.

Анализ данных, полученных в ходе проведения в 2022г. авторами данной статьи социологического исследования, посвященного профессиональным стратегиям женщин, занятым в некоммерческом секторе, подтвердил общероссийские показатели удовлетворенности женщинами своей работой в некоммерческом секторе, основанными, прежде всего, на осознании значимости и нужности обществу своей деятельности. В опросе приняли участие 25 женщин (руководители и сотрудники НКО одного из регионов страны) в возрасте от 29 до 70 лет, имеющие опыт работы в сфере социального обслуживания именно в некоммерческом секторе. Метод исследования: глубинное интервью.

В то же время были выявлены и новые требующие внимания аспекты:

- Для женщин – сотрудниц регионального НКО зачастую работа в данной организации рассматривается в качестве «дополнительного источника дохода» к основной деятельности: «Что Вы... на зарплату в НКО не проживешь, работу в организации рассматриваю только в проектном виде и как дополнение к основному месту работы...» (Ж., 45 л.). В качестве основного места трудовой занятости НКО рассматриваются сотрудницами этих организаций только в случае финансового семейного благополучия: «Если мой муж хорошо зарабатывает, почему бы мне не работать в НКО просто для души?» (Ж., 47 л.).

- Часть женщин-руководителей регионального НКО-сектора придерживается традиционных профессиональных стратегий и ценностных ориентаций, присущих представителям государственного сектора. Это связано с преобразованием бывших государственных организаций в НКО, с сохранением привычных стилей и направлений деятельности: «Я работаю только по государственному заданию. Мы не ставим на социальное обслуживание граждан, не признанных нуждающимися в социальном обслуживании, не развиваем новые направления работы с ними» (Ж.,47 л.).

- Низкая привлекательность НКО – сектора для молодых сотрудниц объясняется невысокими зарплатами, высокой степенью физической и эмоциональной отдачи, стрессами и переживаниями, связанными с

обслуживанием населения: «Работа в НКО очень тяжелая, требует физических сил, эмоций, еще зачастую и бесплатная... Поэтому она для многих совершенно непривлекательна ...» (Ж.,29 л.).

- Материальные стимулы часто являются решающими в определении интересов руководителей региональных НКО, так как нужно платить зарплату сотрудникам, обеспечивать организацию всем необходимым для работы: «Приходится расширять клиентскую базу, искать спонсоров, решать текущие организационные задачи, совмещать много функций» (Ж.39 л.).

Все отмеченные позиции нуждаются в осмыслении и должны быть учтены, чтобы деятельность НКО была более эффективной, а степень материального удовлетворения сотрудников была повышена.

Подводя общий итог, отметим: на профессиональные стратегии и ценностные ориентации женщин-сотрудниц НКО оказывают влияние имеющийся опыт работы, этические принципы организации, а также материальные факторы. В подавляющем большинстве случаев профессиональная стратегия сотрудниц определяется степенью мотивации к труду в данной сфере, проявлением социальной активности в стремлении к решению социальных проблем и самореализации в НКО-секторе.

Литература:

1. *Бондаренко В.В., Назарова А.А.* Влияние мотивационной структуры и ценностных ориентаций на результативность трудовой деятельности персонала в некоммерческих организациях/ В.В. Бондаренко, А.А. Назарова Текст: непосредственный// Известия высших учебных заведений. Поволжский регион. Общественные науки. -2009. -№4 (12). - С.65-70.

2. *Дивненко О.В.* Инновационные форматы профилактики профессионального выгорания и хронического стресса для руководителей некоммерческих организаций и педагогических коллективов (на примере Проекта профессиональной поддержки «СВОИ»)/ О.В. Дивненко. - Текст: непосредственный//Вестник национального института бизнеса. - 2020.-С.39-43.

3. *Ломова Т.Е.* Женские организации как сегмент гражданского общества современной России/ Т.Е. Ломова-Текст непосредствен-

ный//Вестник Санкт-Петербургского университета.Социология.-2021.- Т.14.-Вып.2.-С.124-142.

4. *Макогонова Н.В., Филатова А.В.* Женский некоммерческий сектор как составляющая национального механизма гендерного равенства в России/ Н.В. Макогонова, А.В. Филатова// Государственное управление: Россия в глобальной политике. Материалы XVII Международной конференции (16 мая – 18 мая 2019 г.): [Сборник], электронное издание сетевого распространения / Коллектив авторов. Москва: «КДУ», «Университетская книга», 2019. С.84-89. Текст: непосредственный.

5. *Мерсиянова И. В.* Социально ориентированные НКО в структуре российского гражданского общества //В кн.: Организация добровольческой (волонтерской) деятельности и взаимодействие с социально ориентированными НКО: учебник / Отв. ред.: И. В. Мерсиянова. М.: Национальный исследовательский университет "Высшая школа экономики", 2022. Гл. 15. С. 359-387. - Текст: непосредственный.

6. *Полошеквич О.А.* Женские НКО в условиях реформ государственного управления некоммерческим сектором/О.А. Полошеквич-Текст: непосредственный// Социология. - 2019. -№5.- С.179-188.

7. *Силласте Г.Г.* Российские женские организации как форма социального сообщества и его социальная динамика в модусах глобализации и становления нового гендерного порядка/ Г.Г.Силласте- Текст непосредственный //Женщина в российском обществе. -2021.- №2.-С.28-46.

8. *Яковлева А.А., Ерофеев П.А.* Некоммерческий сектор как источник социального капитала и ресурс социальной мобильности. Ко постановке исследовательской задачи/А.А. Яковлева, П.А. Ерофеев -Текст непосредственный//Петербургская социология сегодня. 2016. № 7. С. 303 - 318.

9. *Яковлева А.А.* Влияние значимых событий истории современной России на траектории мобильности занятых в некоммерческом секторе / А.А. Яковлева – Текст электронный// Гуманитарные научные исследования. –2019. №12 URL: <https://human.snauka.ru/2019/12/26291> (дата обращения: 26.03.2023).

10. Аналитический отчет по результатам качественной части социологического исследования по теме «Профессиональная идентичность и мотивация работы в НКО:2022»/Интернет ресурс.-Загл с титл.листа -

URL:

https://www.asi.org.ru/wpcontent/uploads/2022/11/professionalnaya_identichnost_i_motivacziya_raboty_v_nko.pdf (дата обращения: 22.03.2023).

11. Всероссийский телефонный опрос «ВЦИОМ-Спутник»: «Тяжелобольные взрослые: кто поможет:2022?» »/Интернет ресурс.-Загл с титл.листа - URL: <https://wciom.ru/analytical-reviews/analiticheskii-obzor/tjazhelobolnye-vzroslye-kto-pomozhet>. (дата обращения: 21.02.2023).

12. *Шевцова В.Н* на уход за тяжелобольными взрослыми жертвуют 10% благотворителей службы «Милосердие» – этот уровень выше среднего/ В.Шевцова. – Текст электронный / Интернет ресурс: Новости-Загл с титл.листа -Москва,16.12.2022 - URL:<https://www.miloserdie.ru/news/na-uhod-za-tyazhelobolnymi-vzroslymi-zhertvuyut-10-blagotvoritelej-sluzhby-miloserdie-etot-uroven-vyshe-srednego/>.

Отцовство и материнство как социогендерные ресурсы современного общества

Нуруллина Э.Р.

Казанский государственный энергетический университет,
г. Казань

Изучение отцовства и материнства как социогендерных ресурсов является актуальной проблемой в современном обществе по нескольким причинам. Во-первых, равноправие полов. На протяжении многих веков, мужчины и женщины выполняли разные роли в обществе, особенно в семейном контексте. Однако в последние десятилетия, традиционные представления о роли полов меняются, и поиск равноправия становится центральным вопросом. Изучение отцовства и материнства помогает выявить стереотипы и традиционные представления о роли полов, чтобы продвигать равноправие и устранять гендерные дискриминации [1,2].

Во-вторых, социальная мобильность. В современном мире растет мобильность людей, что ведет к разнообразию семейных структур и отношений. Изучение отцовства и материнства в контексте различных социальных и культурных групп позволяет разработать новые стратегии

поддержки и воспитания, а также предоставить индивидам больше возможностей для самореализации.

В-третьих, баланс труда и семьи. Все больше людей сталкиваются с трудностями в поисках баланса между семейной жизнью и карьерой. Исследования в этой области способствуют разработке новых подходов и политик, которые помогут создать условия для более гармоничного совмещения труда и семьи.

В-четвертых, воспитание детей. Изучение отцовства и материнства в контексте социогендерных ресурсов позволяет определить наиболее эффективные подходы к воспитанию и развитию детей, что важно для обеспечения благополучия и успешного развития будущих поколений.

В-пятых, профилактика семейного насилия. Понимание динамики отцовства и материнства может помочь предотвратить семейное насилие и создать условия для здоровых и безопасных отношений в семье.

В-шестых, психологическое благополучие. Исследования в области отцовства и материнства способствуют пониманию психологических аспектов, связанных с родительством, и могут помочь родителям лучше справляться с вызовами и стрессом, которые могут возникнуть в процессе воспитания детей.

В-седьмых, межпоколенческая передача ценностей и норм. Изучение отцовства и материнства в контексте социогендерных ресурсов также позволяет исследовать, как ценности и нормы передаются из поколения в поколение. Это может привести к выработке стратегий, направленных на развитие более справедливого и равноправного общества.

В-восьмых, адаптация к социальным изменениям. Социальные изменения, такие как демографические колебания, изменение ролей полов и развитие технологий, оказывают влияние на семейные структуры и отношения.

Научные области изучения отцовства и материнства как социогендерных ресурсов относятся к 1) социологии семьи, которая исследует семейные структуры, отношения и функции семьи в обществе; 2) социологии гендера, которая изучает социальные аспекты гендерных различий, их влияние на индивидов и общество, а также процессы, которые приводят к гендерному равенству или неравенству; 3) социальной психологии, которая анализирует взаимодействия между индивидами и обществом,

влияние социальных процессов и структур на психологическое благополучие людей.

Рассмотрим такие подходы теоретико-методологические подходы, которые позволяют проанализировать отцовство и материнство как социогендерные ресурсы современного общества, как феноменология, символический интеракционизм и бихевиоризм. Так, феноменология фокусируется на изучении субъективного опыта и смыслов, которые приписываются отцовству и материнству. Этот подход позволяет выявить различные понимания и ожидания, связанные с родительскими ролями в разных культурах и социальных группах. Исследования в рамках феноменологии указывают на то, что отцы и матери испытывают разные гендерные нормы и социальные ожидания, что может приводить к неравноправию в исполнении родительских обязанностей.

Символический интеракционизм акцентирует внимание на процессах взаимодействия между индивидами, которые определяют их социальные роли, включая родительские. Этот подход исследует, как гендерные роли и образы отцов и матерей складываются через общение и взаимодействие с другими. Символический интеракционизм также подчеркивает значимость социальных ожиданий и норм, которые влияют на формирование и выполнение родительских ролей.

Бихевиоризм сосредотачивает внимание на изучении поведения индивидов, особенно на взаимосвязи между стимулами и реакциями. В контексте отцовства и материнства бихевиористский подход позволяет анализировать, как различные внешние стимулы могут влиять на поведение родителей, а также на их взаимодействие с детьми и другими важными акторами.

Отцовство и материнство являются важными социогендерными ресурсами, которые определяют структуру современного общества и взаимоотношения между индивидами. Они связаны с социальными, экономическими и культурными аспектами жизни людей и влияют на развитие личности и социальные связи.

Отцовство как социогендерный ресурс. Отцовство традиционно связано с рядом функций и ролей, таких как защитник, дисциплинар и материальный источник поддержки семьи. В современном обществе, однако, роль отца становится все более разнообразной и динамичной. Отцы

вовлечены во многие аспекты ухода за детьми и домашнего хозяйства, хотя существуют различия в степени их вовлеченности в зависимости от культурных и социальных факторов. Социогендерный ресурс отцовства также связан с воспитанием детей и их социализацией. Отцы могут влиять на развитие половой идентичности детей, передавая им традиционные гендерные нормы и ожидания или противодействуя им. Взаимодействие с отцом может способствовать развитию навыков и компетенций, необходимых для успешной адаптации в обществе.

Материнство как социогендерный ресурс. Материнство традиционно ассоциируется с уходом и заботой о детях, эмоциональной близостью и поддержкой. Матери часто считаются основными опекунами и воспитателями детей [3]. В современном обществе, однако, роль матери также претерпевает изменения. Многие матери активно участвуют в трудовой деятельности и делегируют часть своих традиционных обязанностей другим членам семьи или профессионалам, таким как няни и воспитатели. Материнство также связано с передачей культурных ценностей, норм и традиций следующим поколениям. Матери играют ключевую роль в социализации детей, формировании их мировоззрения, эмоционального благополучия и психологического развития. Они также могут влиять на формирование гендерных представлений и стереотипов у детей, что, в свою очередь, влияет на их будущие взаимоотношения и роли в обществе.

Изучение отцовства и материнства как социогендерных ресурсов оказывает важное влияние на развитие студентов и аспирантов в различных областях науки. Рассмотрим несколько аспектов, на которые оно может влиять.

Во-первых, расширение теоретических знаний. Изучение различных аспектов отцовства и материнства помогает студентам и аспирантам понять сложные гендерные взаимосвязи в семье и обществе. Такое понимание может привести к развитию новых теоретических подходов и моделей, которые включают гендерные аспекты и динамику отношений.

Во-вторых, развитие методологических навыков. Исследование отцовства и материнства как социогендерных ресурсов требует использования различных методологических подходов и инструментов. Это может

помочь студентам и аспирантам развить свои навыки в области качественных и количественных методов исследования.

В-третьих, профессиональное развитие. Студенты и аспиранты, изучающие отцовство и материнство, могут в дальнейшем специализироваться в различных областях социологии, психологии, педагогики, социальной работы и гендерных исследований. Это может привести к развитию карьеры в академической среде, государственных структурах, некоммерческом секторе или частных компаниях.

В-четвертых, применение полученных знаний на практике. Изучение отцовства и материнства как социогендерных ресурсов может помочь студентам и аспирантам разрабатывать стратегии и политики, направленные на улучшение благосостояния семей и детей, содействие гендерному равенству и снижение дискриминации на основе пола.

В-пятых, развитие критического мышления. Изучение отцовства и материнства как социогендерных ресурсов позволяет студентам и аспирантам развивать критическое мышление и аналитические навыки, которые могут быть полезными в других областях науки и практики. Они смогут оценивать и анализировать существующие теории, подходы и политики, а также предлагать альтернативные и инновационные решения.

В-шестых, влияние на личностное развитие. Изучение отцовства и материнства может привести к изменению представлений и стереотипов о гендерных ролях и обязанностях. Это может помочь студентам и аспирантам осознать свои собственные предубеждения и стереотипы, а также развить более толерантное и гуманное отношение к другим людям и культурам.

В-седьмых, формирование междисциплинарного подхода при изучении отцовства и материнства как социогендерных ресурсов, который объединяет знания и методы из различных областей науки. Это может помочь развить свою способность к синтезу и интеграции знаний, а также улучшить их коммуникативные и навыки взаимодействия с коллегами из других дисциплин.

Изучение отцовства и материнства как социогендерных ресурсов может привести к различным формам самостоятельного научного творчества и развитию творческого потенциала у студентов и аспирантов в этой области: научные статьи и монографии; разработка образовательных про-

грамм и курсов; организация научных конференций и семинаров; участие в социальных инициативах и проектах; творческие проекты.

Перспективы дальнейших исследований в области отцовства и материнства, как социогендерных ресурсов, многообразны и обширны. Вот несколько возможных направлений для будущих исследований: 1) изучение влияния глобализации и технологического прогресса на семейные структуры и гендерные роли в отношении родительства; 2) исследование взаимосвязи между отцовством и материнством и другими социальными институтами, такими как образование, здравоохранение и социальная защита; 3) исследование психологических и эмоциональных аспектов отцовства и материнства, включая влияние стресса, депрессии и психического здоровья на качество родительства; 4) анализ влияния социальных норм и культурных ценностей на отцовство и материнство, а также на формирование гендерной идентичности и социальных ожиданий относительно родительских ролей и обязанностей.

Практическая значимость исследования заключается в том, что выявление факторов, влияющих на качество родительства, что может способствовать 1) разработке программ и политик по поддержке семей, улучшению благосостояния детей и содействию гендерному равенству; 2) формированию гендерно-сбалансированного образовательного и информационного пространства, включая разработку учебных материалов, медиапродукции и онлайн-ресурсов, которые способствуют преодолению гендерных стереотипов и расширению представлений о родительских ролях и обязанностях; 3) внедрению результатов исследований в разработку и реализацию социальных инициатив, направленных на поддержку семей, улучшение положения женщин и мужчин в обществе и преодоление гендерных неравенств.

Литература

1. Кузнецова И. Ю. Установление отцовства в судебном порядке//И. Ю. Кузнецова.-Текст электронный //Вестник Саратовской государственной юридической академии – 2016. -№ 3(110). - С.73-76. -URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/ustanovlenie-ottsovstva-v-sudebnom-poryadke-1>

2. *Ахмедова З. А., Тарикова Б. Р.* Проблемные аспекты установления отцовства /З. А. Ахмедова, Б. Р. Тарикова. - Текст электронный//Вестник Дагестанского государственного университета. Серия 3: Общественные науки. -2019 - Том 34.-Вып.3.- С.102-106. -URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/problemnye-aspekty-ustanovleniya-ottsovstva>

3. *Пьянкова Л. А.* Материнство как ресурс психолого-педагогической и социальной поддержки детства на современном этапе/ Л. А. Пьянкова- Текст электронный//Казанский педагогический журнал-2015–№4 -URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/materinstvo-kak-resurs-psihologo-pedagogicheskoy-i-sotsialnoy-podderzhki-detstva-na-sovremennom-etape-1>

РАЗДЕЛ II.
МАТЕРИАЛЫ ВОСЬМОЙ ЕЖЕГОДНОЙ
ВСЕРОССИЙСКОЙ НАУЧНОЙ СТУДЕНЧЕСКОЙ
ВИДЕОКОНФЕРЕНЦИИ
«СОЦИОГЕНДЕРНЫЙ КАЛЕЙДОСКОП – 2023»
(15 ДЕКАБРЯ 2023 Г.)

ПЛОЩАДКА 1.

ЮЖНЫЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ,
научные руководители: профессор, д.ф.н. Савченко Л.А.;
куратор студенческого научного общества «Мужчины и
женщины в зеркале социологии», преподаватель кафедры
отраслевой и прикладной социологии ИСиР ЮФУ
Красножон А.Г.

Различие в речи студентов: гендерный аспект
Коваленко А.С., Панкратова А.А., Ратникова Н.В.
Южный федеральный университет, г. Ростов-на-Дону

Изучение различий в мужской и женской речи в социологии имеет свою существенную актуальность в связи с важностью коммуникации как социального явления. Посредством социальной коммуникации могут происходить изменения внутри отношений индивидов, это может порождать новые связи или изменять старые. Также в свою очередь данное явление изменяет ценности людей и их видение мира, воздействует на приобретённые знания и может менять характер взаимодействий внутри отдельных социальных групп и организаций. Гендерные стереотипы могут проявляться в различных видах коммуникации и представляют интерес для исследования в контексте языка и гендера. На данный момент существует множество концепций, вбирающих в себя знания из других направлений, однако для учета различных аспектов в области языка и гендера целесообразно рассматривать его в социологическом контексте.

Язык стоит рассматривать с двух ракурсов: как нечто целое, что было сформировано посредством устоявшихся практик, так и систему определенных правил, принятых обществом, которые вносят изменения в речь индивидов, занимающих различное положение в социальной иерархии. Очень важно в данном аспекте обратить внимание на социолингвистику, которая изучает взаимосвязь между социальными условиями и языком. В этом контексте рассматриваются такие немало значимые темы, как соотношение языка и гендерной принадлежности, язык и власть, язык и принадлежность к какому-либо этносу.

Очень часто в исследованиях говорится о том, что женщины являются более экспрессивными, излишне чувствительны, в то время как мужчины предстают в совершенно другом образе – для мужчин в общении важно решение проблем. Если женщина не предстает перед мужчиной в виде равного ему собеседника, то у него, соответственно, теряется всякий интерес к такому диалогу. Мужской особенностью же является употребление в своей речи местоимения «я», что может вызывать у собеседников чувство того перед ними находится сильная и независимая личность [1].

Наш интерес состоит в том, чтобы глубже рассмотреть вопрос, связанный с взаимосвязью, существующей между речевыми высказываниями и гендером. Ученые в своих работах главный акцент ставят на анализе языковых практик различных гендерных идентичностей, включая как общие, так и отличительные черты. Существуют ли принципиальные отличия в языковой структуре в зависимости от пола?

Гендерные особенности коммуникативного поведения студентов являются отдельным предметом изучения в современной социологии. Согласно многим авторам, биологические и культурные различия оказывают влияние на речевое поведение студентов в зависимости от их пола. Большое количество исследований также показывают, что пол оказывает значительное влияние на речь студента. Так девушкам в меньшей мере присуще употребление грубых выражений, в стенах вуза, большее число студенток показывают себя с лучшей стороны в речи. Молодым людям больше присуща импульсивность в общении, они громче выражают свои эмоции и негодование.

Мы решили провести исследование на выявление особенностей речи студентов социологов. В процессе наблюдения мы выявили некоторые аспекты, от которых зависит речь студентов социологов ИСиР:

Ситуация общения (на занятиях и на перерывах);

Пол;

Курс обучения.

На перерывах студенты социологи (3-4 курсов) между собой общаются довольно неформально. В основном, разговоры касаются учебной деятельности. Однако для студентов характерно сокращение длинных названий, например, «*методология и методы социологического исследования – методы*». Мы заметили, что сокращение длинных слов, использование сленга, присуще в большей степени мужскому полу. Женскому – эмоциональная окраска, что противоположно поведению на занятиях в институте.

Безусловно, мы сделали упор на гендерные особенности коммуникации студентов. Многие авторы отмечают влияние биологических и культурных различий на речевое поведение студентов мужского и женского пола [1]. Наше исследование также показало, что пол оказывает значительное влияние на речь студента ИСиР. Так, мы выявили несколько категорий, по которым осуществлялся сбор информации:

Словарный запас, использование профессиональной лексики;

Построение предложений;

Эмоциональная окраска;

Невербальные компоненты речи.

Мы можем отметить, что девушки чаще всего используют профессиональную лексику в своих ответах и во взаимодействии с преподавателями в целом. Словарный запас можно соотнести с дисциплиной: например, на дисциплине маркетинговые исследования студентки использовали термины, отражающие данное занятие – «*макросреда, рынок, потребители*». Девушки более вовлечены в процесс обучения, поскольку они более активны как при ответах, так и при вопросах и уточнениях задания. Студентки в принципе говорят вопросительными предложениями и дают более развёрнутые ответы, нежели их коллеги мужского пола.

Парни реже взаимодействуют с преподавателем и дают краткие, но ёмкие ответы. Примечательно, что они в большей степени используют

эмоциональную окраску: *«коучи!»*, *«да, ну, конечно, анализ рынка!»*. В то время как, девушки развёрнуто отвечают, но преимущественно с долей сомнения, неуверенности: *«может быть, это отражает запрос общества?»*, *«может быть...это будет относиться к ценностям молодежи?»*. Весьма интересным наблюдением, на наш взгляд, являлось то, что юноши при объяснении ответа на вопрос больше опираются на определенный пройденный опыт, чем на научную теорию. В качестве аргумента они приводят в пример жизненную ситуацию, начиная ответ со слов: *«Допустим такую ситуацию...»* и *«Приведу в пример один случай...»*. Речь студентов течет в более художественном стиле, поскольку они также объясняют некоторые моменты с помощью метафор, аллегорий, гиперболизируют информацию или говорят о частных проявлениях, что мы у девушек не услышали.

При анализе невербальных компонентов речи (жестов и мимики) мы не выявили существенных различий. Единственное – жесты используют студентки при длительных ответах на поставленные темы и вопросы, студенты – мимику – улыбку при вопросах преподавателей.

Немного иные результаты мы получили при исследовании внеучебной коммуникации. В целом, темы для обсуждения не наделены гендерными отличиями – все студенты говорят о друзьях, случаях из жизни, текущих проблемах и событиях, учебе, домашних работах, надвигающихся праздниках и т.д. Но вот как подавалась информация – вопрос иной. В своей речи девушки зачастую ласково обращались к собеседникам (*«Зайчик, ...»*), *«Солнце, ...»*), *«Котенок, ...»*), в то время, как парни использовали забавные прозвища и сленг (*«Чувак, ...»*), но в выраженные в нецензурном ключе.

Таким образом, исходя из вышесказанного и результатов проведенного исследования, можно утверждать, что язык мужчин и женщин отличается, однако отличие это кроется именно в подаче информации, нежели в самом информационном поле. Эти различия обусловлены как особенностями с точки зрения биологии, так и сложившимися стереотипами. Стереотипы в культуре все сильнее укореняются в языковых практиках, что, непосредственно, оказывает воздействие на общественный порядок.

В настоящее время приобретает известность феминистская лингвистика, которая устанавливает своей целью прохождение воссозданного в слогe мужского доминирования. Впрочем, вопрос о необходимости искусственного влияния на язык с целью преодоления имеющегося гендерного неравенства остается злободневной и спорной темой сегодняшней науки.

Литература

1. *Киселева Н. В.* Особенности речи студента НГУЭУ // Научно-методический электронный журнал «Концепт». – 2017. – Т. 39. – С. 3156–3160.

2. *Тевлюкова О.Ю.* Гендерные аспекты восприятия рекламы молодежной аудитории // Современное коммуникационное пространство: анализ состояния и тенденции развития: материалы Международной научно-практической конференции (Новосибирск, 19-21 апреля 2016 г.): в 2 ч./подред. И. В. Архиповой. –Новосибирск: НГПУ, 2016. – Часть 1.–С. 203-207.

Гендерные диспропорции в региональных органах власти (на примере г. Ростова-на-Дону)

Котова В. В., Миклина Д. А., Хачкурузян Е. А.

Южный Федеральный университет, г. Ростов-на-Дону

Положение женщины в обществе на протяжении многих веков менялось в самых противоположных направлениях. В период матриархата ее значение было главенствующим. Постепенно мужчины все больше оттесняли женщин на второй план, ограничивая сферу ее интересов, предоставляя женщинам воспитание детей и ведение домашнего хозяйства. Но в наше время технологического прогресса, научных открытий и феминизма ситуация кардинально изменилась. Женщина в современном обществе имеет совсем иной статус и призвание, у нее появились другие ценности и потребности, которые заставляют пересмотреть взгляды на женскую роль в сегодняшнем мире. Изменения статуса и роли представи-

тельниц прекрасной половины человечества неизбежно ведут к ряду проблем женщин в современном обществе.

Пожалуй, одной из главных проблем является реакция общества на все более усиливающуюся активность женщин в сферах, не так давно считающихся исключительно мужской прерогативой, особенно это касается политики. В последнее десятилетие ушедшего века трансформация политической и социально-экономической систем российского общества происходила в условиях, когда далеко не все социальные группы населения смогли четко определить свои политические интересы. В большинстве западных стран женщины могут занимать важнейшие государственные должности, но в России это далеко не так распространено и даже считается за нонсенс.

Вследствие чего мы решили провести исследования, на примере региональных органов власти города Ростова-на-Дону, чтобы выяснить присутствуют ли гендерные диспропорции власти и каково соотношение мужчин и женщин на главных постах в органах власти Ростова-на-Дону.

Целью нашего исследования является оценка состояния участия женщин в политических и управленческих процессах региональных органах власти и соотношение мужчин и женщин в органах власти города Ростова-на-Дону.

В исследовании были рассмотрены районы Ростова-на-Дону: Ворошиловский, Ленинский, Октябрьский, Первомайский, Кировский, Пролетарский, Советский и Железнодорожный районы.

Анализируя официальный сайт муниципальных и государственных служащих Ворошиловского района, нельзя обнаружить гендерные диспропорции, так как количество занимаемых рабочих мест между мужчинами и женщинами не отличается.

Пример Ленинского района опровергает устоявшееся мнение о том, что власть принадлежит только мужчинам. Так как количество должностей, занимаемых женщинами, превышает количество должностей, занимаемых мужчинами.

В Октябрьском районе ситуация идентична предыдущему району. Из 6 сотрудников 4 женщины.

В Первомайском районе можно обнаружить отрицание гендерного неравенства, так как занимаемые рабочие места распределены равномерно между представителями «сильного» и «красивого» пола.

Аналогичная ситуация и среди служащих Кировского района. Пролетарский район отличается от предыдущих, так как количество мужчин у власти превышает количество женщин.

В Советском районе можно отметить гендерные диспропорции, так как из 6 руководящих представителей 5 мужчин и всего 1 женщина.

В Железнодорожном районе ситуация как и в Пролетарском. Количество мужчин, занимающих управляющие должности, превышает количество женщин, занимающих эти должности.

Стоит отметить, что среди глав районов Ростова-на-Дону всего две женщины. Первые заместители главы района исключительно мужчины. Однако должность «управляющая делами» занимается только женщинами. Среди заместителей по вопросам ЖКХ и по экономическим вопросам можно заметить преобладание мужчин. Заместители по социальным вопросам исключительно женщины, но в сфере благоустройства города работают только мужчины.

Таким образом, можно сделать вывод о преобладании мужчин у власти в некоторых районах Ростова-на-Дону, но также в остальных районах количество мужчин и женщин на главных должностях равное количество, а где-то преобладают и женщины. Женщины представлены в органах власти, но главы администрации все равно преимущественно мужчины. В заключение следует отметить, что роль женщины-политика невозможно переоценить в управлении. А партнерство между женщиной и женщиной в политической сфере создаст условия для оптимального учета многополюсных интересов в обществе. Женщина у власти может успешно и компетентно справляться с обязанностями политика – принимать взвешенные и продуманные решения в делах города, проводя в жизнь интересы больших групп людей, а мужчины обладают необходимыми навыками для эффективного руководства.

Литература:

1. *Абубикирова Н., Клименкова Т.А., Кочкина Е.В., Регентова М.* Женское движение в России//Женские неправительственные организации с России и СНГ. Справочник. М.: Эслан, 1998.

2. *Абубикирова Н.И., Кочкина Е.В.*, О Тендерной экспертизе законодательства// *Женщина в обществе: мифы и реалии.* Сборник статей Редактор-составитель Круминг Л.С. -М.: Информация -XXI век. 2001, С. 228.

3. *Айвазова С.Г.* Женское движение как ресурс модернизации России / Тендерная реконструкция политических систем. Сборник статей. Ред.-составители Кочкина Е.В., Степанова Н.М., Институт тендерной политики (Москва)-Издательство «Алетейя» СПб, 2003.

4. *Айвазова С.Г., Кертман Г.А.* Мужчины и женщины на выборах. Тендерный анализ избирательных кампаний 1999 и 2000 гг. М., 2000.

5. *Айвазова С.Г.* Русские женщины в лабиринте равноправия. Москва: РИК Русанова, 1998., С. 118-133.

6. *Айвазова С.Г., Кертман Г.А.* Женщины на randеву с российской демократией. М., 2000.

7. *Андреевкова А.В.* Представительство женщин в парламентах России и Украины: опыт социологического анализа // Социологические исследования. -2000. -№11.

8. *Бакли М.* Политика большевиков и женотделы в 1920-х 1930-х годах / Тендерная реконструкция политических систем. Сборник статей. Ред.- составители Кочкина Е.В., Степанова Н.М., Институт тендерной политики (Москва)-Издательство «Алетейя» СПб, 2003

9. *Батлер Дж.* Чисто культурное // Введение в тендерные исследования. Хрестоматия. 4.П. /Под общей ред. С.В. Жеребкина Харьков:ХЦГИ - СПб: Алетейя, 2001, С. 214-235.

Влияние гендерных стереотипов на ценности молодёжи

Елисеева В.В., Лифенко А.И., Политаев Д.Р.

Южный Федеральный университет, г. Ростов-на-Дону

Гендерная стереотипизация – это одна из тем, которая в значительной степени повлияла на развитие женских, а потом и гендерных ис-

следований. В последние десятилетия активно поднимаются вопросы о гендерном равноправии, обосновывая это положением о патриархальном характере общества и дискриминации женщин. Повышенный интерес к проблеме гендерных стереотипов появился в западной социологии в 70-е годы и сохраняется до настоящего времени. Такой парадокс вызвало в феминистском дискурсе различные концепты – предрассудки, предубеждения и стереотипы [1].

Следует рассмотреть основные проблемы гендерной стереотипизации; каковы ее факторы и механизмы влияния на современную молодежь; каково содержание, свойства, функции гендерных стереотипов и предрассудков, их влияние на гендерные отношения и социальные отношения в целом.

Объект исследования – гендер как социально-биологическое понятие, гендерные стереотипы. Предмет исследования – влияние гендерных стереотипов на ценности современной молодежи Ростова-на-Дону, роль гендерных стереотипов и установок в процессе социального познания.

Цели: провести сравнительный анализ различных определений понятия «гендер»; изучить наиболее значимые теории и концепции гендерной психологии в определении данного понятия; изучить влияние гендерных стереотипов на ценности молодежи города Ростов-на-Дону; рассмотреть наиболее распространенные гендерные стереотипы и структуру их становления в обществе.

Слово «гендер» появилось в английском языке в XVI веке и произошло по разным источникам от латинского корня «genus» (происхождение, род, потомство) или греческого корня «genos» (рождение, род, происхождение). В Большом англо-русском словаре «гендер» (gender) – значит «грамматический род, естественный род, род, соответствующий полу». Термин «гендер», интерпретированный впервые как антропологический в 50-х годах прошлого века и активно взятый на вооружение разными отраслями науки в последние 25 лет, отражает сегодня одну из важнейших составляющих процесса глобализации человечества, а именно: переосмысление и перераспределение социальных ролей в эпоху технического прогресса, расцвета информационных технологий, практически безграничных возможностей для самореализации личности вне зависимости от

ее половой принадлежности. «Гендер» является в современной науке активно употребляемым термином [2].

Традиционно гендерные стереотипы представлены в бинарных оппозициях «мужское» – «женское». Следовательно, из этого выделяются бинарные оппозиции логичность – интуитивность, абстрактность – конкретность: логичность и абстрактность мышления присущи мужчинам, а интуитивность и конкретность – женщинам. Кроме того, мужчинам присуща инструментальность, ориентированная на цель, а женщинам – экспрессивность в проявлении эмоций. Выделяются также оппозиции: власть – подчинение; порядок – хаос; независимость/ индивидуальность – близость/ коллективность; сила – слабость; импульсивность/ активность – статичность/ пассивность; неверность – постоянство и так далее. Левый член данных оппозиций определяется как мужской, заключая в себя образ мужественности (маскулинности), а правый характеризуется как женский, заключая в себе образ женственности (фемининности).

Доктор психологических наук из Санкт-Петербурга Ирина Сергеевна Клещина для удобства предлагает классифицировать все гендерные стереотипы на несколько групп: 1) маскулинности – фемининности; 2) закрепление профессиональных и семейных ролей в соответствии с полом; 3) различия в содержании труда.

В рамках первой группы стереотипов автор классификации рассматривает качества, особенности мышления и нормы поведения мужчин и женщин; в рамках второй группы – социальные роли мужчин и женщин (семейные или профессиональные). Так, для женщин основными социальными ролями являются семейные, в то время как для мужчин – профессиональные. В рамках третьей группы стереотипов автор рассматривает трудовые сферы деятельности мужчин и женщин, – например, указывает, что женщины задействованы в исполнительской и обслуживающей сфере, а мужчины – в инструментальной, где основным является руководящий и творческий характер труда.

В современном общественном сознании мужчинам приписывается больше положительных качеств, чем женщинам. При этом мужчины демонстрируют гораздо большую согласованность в отношении типично мужских качеств, нежели женщины в отношении женских. Хороший результат, достигаемый мужчиной в профессии, приписывается его способ-

ностям, когда успех женщины относится к случайности или трактуется как результат чрезмерных усилий [3].

Разделение функций и их оценка. Мужчины от женщин отличаются в социальном плане только тем, что женщины становятся матерями и они физически слабее мужчин. Но это различие идет также по характеру разделения труда по признаку пола и возраста. Мужчинам свойственно все, что связано с применением физической силы – охота и сражения с врагами. Женщинам — «легкое» собирательство, рыбная ловля, уход за детьми, больными и стариками, приготовление пищи, выделывание шкур и изготовление одежды. Охота и война так и останутся главным занятием мужчин на многие века вплоть до наших дней (даже если это трансформируется в игру на бирже, занятия бизнесом, политические дебаты и другое). Издревле шла подтасовка фактов и ценностей: продукты охоты оценивались значительно выше, чем продукты собирательства, добываемые женщинами. Такое разделение функций сохраняется во многом и поныне, а до начала XX века было просто повсеместным. Проявления в истории социального развития: такие профессии и занятия, как купец, дипломат, мореплаватель, путешественник, считались мужскими. Иными словами, за мужчинами закреплялся приоритет открытия нового, творчества. Женщинам вменялся в норму поведения консерватизм, отсутствие творческой инициативы [4].

Советские ученые-психологи Татьяна Гавриловна Стефаненко и Татьяна Борисовна Рябовая выделили следующие свойства гендерных стереотипов:

1) эмоционально-оценочный характер. Эмоциональность стереотипа – это предпочтения, настроения и оценки представителей социума или этноса. Оценочность стереотипа заключается в том, что те признаки, которые он содержит, говорящие используют для оценки отнесенности предметов к тому или иному классу и приписывания им определенных характеристик;

2) устойчивость и стабильность стереотипов. Результаты проводимых учеными экспериментов и исследований показали, что стереотипы обладают стабильностью. Однако стабильность и устойчивость стереотипов не является абсолютной, поскольку при поступлении новой информации их содержание и направленность могут изменяться;

3) согласованность, или консенсус, стереотипов. Согласованность стереотипов проявляется в том, что большинство индивидов социальной общности разделяют существующие в ней представления. В последние десятилетия XX века среди ученых возникло мнение, что согласованность не обязательное свойство стереотипа, поскольку стереотипы существуют в сознании индивида и должны изучаться как индивидуальные убеждения. Однако большинство исследователей считает, что, несмотря на частичные совпадения, личные убеждения индивида и стереотип являются различными структурами и представляют собой части знаний индивида о своей или чужой группе;

4) неточность стереотипа, которая является «результатом несовершенства процесса познания».

Основной особенностью гендерных стереотипов является то, что они прочно закреплены в общественном сознании и меняются крайне медленно, частично представляя собой предрассудки, которые воздействуют на каждого человека [3].

Нашей группой был разработан и проведен опрос на тему влияния гендерных стереотипов на ценности молодежи Ростовской области. В опросе приняли участие 94 человека: 59 женщин и 35 мужчин (62,8% и 37,25 соответственно) в возрасте от 14 до 35 лет.

Возрастные категории опроса имеют следующее распределение: в возрасте 14-18 лет 26,6% опрошенных, в возрасте 19-25 лет – 54,3%, в возрасте 26-30 лет – 10,6%, в возрасте 31-35 лет – 8,5%.

Сфера занятости респондентов – 37,2% работающих, 35,1% - студенты, 13,8% - школьники, менее 5% работающие студенты, фрилансеры и военные.

Практически все опрошенные знают (98,9%), что такое гендерные стереотипы. На вопрос с множественным «Как вы понимаете значение гендерных стереотипов?» выбором респонденты давали правильный ответ – навязанное обществом поведение мужчин и женщин (90,4%). Варианты ответов «Ложные представления о мужчинах» и «Ложные представления о женщинах» выбрали одинаковое количество респондентов – по 24,5%.

89,4% опрошенных считают, что гендерные стереотипы могут влиять на ценности человека. 10,6% не согласны с влиянием гендерных стереотипов на ценности человека.

На вопрос «Как часто Вы сталкиваетесь с гендерными стереотипами?» были даны достаточно неоднозначные ответы – 30,9% опрошенных постоянно сталкиваются с гендерными стереотипами, 41,5% постоянно, 20,2% - редко и 7,4% - никогда.

Наиболее популярные стереотипы, с которыми сталкивались опрошенные: мужчины выполняют женскую работу, женщины одеваются как мужчины, мужчин хотят забрать в армию при отсутствии у призванного служить, женщина должна красиво одеваться, быть ухоженной и красиво пахнуть. Из ответов на данный развернутый вопрос складывается у опрошенных картина, что мужчина – сильный и независимый, а женщина – слабая и зависимая от мужчины.

По мнению опрошенных, наибольшее влияние на формирование гендерных стереотипов у молодежи оказывают такие сферы, как семья (78,7%), СМИ - Интернет, социальные сети, телевидение (73,4%), образование (47,9%), увлечения – кружки по интересам/сообщества (27,7%), спорт (18,1%).

На вопрос «Как гендерные стереотипы могут ограничивать возможности и потенциал молодых людей в выборе образования или карьеры?» даны следующие ответы: предрассудки и ожидания от мужского/женского пола (84%), дискриминация по определенному признаку(-ам) (71,3%), отсутствие поддержки (55,3%), ограниченный выбор профессий (53,2%), ограниченный доступ к возможностям (44,7%), никак не ограничивают (5,3%).

В 39,8% случаях опрошенных ограничивали гендерные стереотипы, в 33,3% не ограничивали, а 26,9% затруднились ответить.

Гендерные стереотипы – это психические черты. Ядро гендерных стереотипов составляют особенности психики мужчин и женщин, поведенческие особенности и их проявление в межличностных отношениях в частной сфере и, прежде всего, в семье. Так психика мужчин и женщин формируется «на пересечении» особенностей физического пола и основополагающих ценностей культуры.

Следует полагать, что гендерные стереотипные черты служат основой поведенческих стереотипов. Например, мужчины не показывают своих чувств, прямолинейны, любят проводить время в компаниях, всегда посматривают на женщин, но неохотно связывают себя обязательствами, неряшливы, разбираются в технике, обожают машины, спорт, охоту, рыбалку. Женщины испытывают потребность поделиться чувствами, склонны все преувеличивать, болтливы, коварны, любят шопинг, аккуратны, озабочены своей внешностью и своим здоровьем, хотят выйти замуж.

Литература:

1. *Простотина Ю.В.* Гендерные стереотипы: формирование и детерминанты // Социодинамика. 2017. №3. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/gendernye-stereotipy-formirovanie-i-determinanty> (дата обращения: 15.12.2023).

2. *Воронова А.В., Мазилев В.А.* Гендер: междисциплинарный анализ // Вестник Костромского государственного университета. Серия: Педагогика. Психология. Социокинетика. 2015. №2.

3. *Шевченко М.Н.* Гендерные стереотипы // Вестник Амурского государственного университета. Серия: Гуманитарные науки. 2010. №48

4. *Романовская В.С.* Гендерная идентичность и гендерные стереотипы (Социологический анализ) // Теория и практика общественного развития. 2005. №2. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/gendernaya-identichnost-i-gendernye-stereotipy-sotsiologicheskii-analiz> (дата обращения: 15.12.2023).

Портрет домохозяйки глазами молодежи: настоящее и будущее

*Платунова В.С., Сербиев А.А., Фахутдинова А.А.,
Фиалковский М.М.*

Южный федеральный университет, г. Ростов-на-Дону

С давних времён, когда общество ещё не имело сложных структур образования институтов социума, уже существовала чёткая иерархия, определяющая положение мужчин и женщин в обществе. Мужчины доиндустриальной эпохи, в отличие от женщин, имели абсолютные права в

трудовой деятельности, политической, социальной и образовательной в то время, как единственной задачей женщины было выйти замуж и стать «хорошей хозяйкой». Роль домохозяйки в традиционной культуре занимала основное место в жизни женщины, так как являлась основным видом деятельности. Уборка в доме, приготовление пищи, воспитание детей, уход за членами семьи, поддержка доброжелательной атмосферы в доме – все эти обязанности накладывались на человека исключительно по гендерному фактору.

Однако в современном социуме эта модель претерпела значительные трансформации под воздействием быстро меняющихся общественных, экономических и технических тенденций, сохранив свой внешний вид, но зиждясь лишь на добровольной основе. С началом активного развития промышленности в России (начало XIX в.), когда женщинам предоставили всевозможные равные мужчинам права, семейный уклад тоже поменялся. Женщины стали также приносить доход в дом, однако это не снизило их домашних обязанностей и мужчины не спешили разделять их. Это привело к концу XX в. к появлению так называемых контрактов «работающая мать» и «карьерно-ориентированной» женщины, но в настоящее время можно заметить увеличение роста женщин, стремящихся посвятить себя быту, детям и мужу. Теперь быть домохозяйкой – стало добровольным выбором. Конечно, озвученные ранее метаморфозы оказывают влияние не только на отношение к образу домохозяйки среди молодого поколения, но также и на представления о собственном будущем у молодежи, ведь в случае принятия образа домохозяйки обществом, будет усиленно желание среди молодых людей выбрать домохозяйство в качестве основной сферы деятельности.

Вследствие всего вышесказанного мы выявляем необходимость определить положение роли домохозяйки в глазах молодых женщин и мужчин, поскольку молодежь является движущей силой общества, а ее взгляды и представления могут как существенно влиять на формирование новых ролевых образов и общественных практик, так и укрепить уже существующие. Изучение их мнения и ожиданий относительно домохозяйства позволит не только расширить и углубить имеющиеся знания, но также даст возможность прогнозировать потенциальные тенденции в этой сфере.

Целью нашего исследования является рассмотреть представление молодежи о домохозяйках в современном обществе и их взглядов на будущее роли домохозяйки.

Для выполнения поставленной цели мы провели опрос среди молодежи.

В опросе «Портрет домохозяйек глазами молодежи: настоящее и будущее» приняло участие 151 человек, из них:

мужчины – 35,1%, женщины – 64,9%

от 14 до 17 лет - 9,9%, от 18 до 24 - 84,8%, от 25 до 30 - 1,3%, от 31 до 35 – 4%

учащиеся - 88,7%, рабочие – 5,3%, служащие – 4,6%, домохозяйки/не работает – 1,4%

не женат/ не замужем - 86,6%, состоят в гражданском браке - 8,1%, состоят в официальном браке – 4,7%, разведены – 0,7%

На вопрос «Есть ли у Вас знакомые домохозяйки?», респонденты ответили следующим образом: «да, лично знаком» (52,3%); «нет, но знаю, что есть у друзей» (19,2%); «нет» (23,8%); «затрудняюсь ответить» (4,7%).

90,7% респондентов нейтрально бы отнеслись к тому, если бы в их окружении появилась домохозяйка, при положительном о данном событии высказалось 8,6%, а негативно лишь 0,7%

Самым популярным ответом на вопрос «Как Вы считаете, что может повлиять на решение женщины отказаться от работы по найму в пользу ведения домашнего хозяйства?» (рис. 1) оказался «воспитание детей» (71,5%), далее респонденты отметили «сильную привязанность к семье» (43,7%) и 39,7% «нежелание работать».

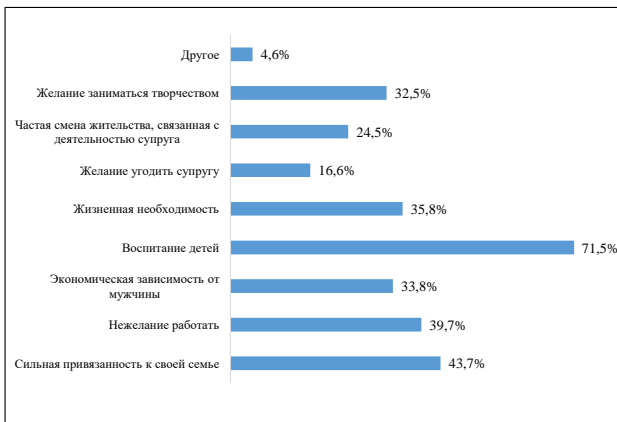


Рисунок 1 - Распределение ответов на вопрос "Как Вы считаете, что может повлиять на решение женщины отказаться от работы по найму в пользу ведения домашнего хозяйства?"

Обязанностями домохозяйки в первую очередь опрошенные считают приготовление еды (72,8%), уборку в доме (70,9%) и воспитание, уход за детьми (70,9%). При этом, были также отмечены ответы «Создание и поддержание благоприятной психологической обстановки в семье» - 39,1% и стирка вещей – 24,5%. 5,2% также отметили, что к обязанностям домохозяйки относится все, что было перечислено в ответах.

Домохозяйка, мне мнению молодежи должна быть трудолюбивой (76,2%), чистоплотной (67,5%), терпеливой (46,4%) и доброй (45%). При этом отсутствие вредных привычек отметили лишь 6,6%, а нравственность всего 12,6%.

2,6% отметили, что у роли домохозяйки нет плюсов, но большинство все же считает, что домохозяйка имеет возможность уделять больше времени поддержанию быта (58,9%), также она может создать благо-

приятную обстановку внутри семьи (57,6%) и может дать хорошее воспитание детям (50,3%), реализовать свои творческие способности (50,3%).

На вопрос «Какие недостатки есть у роли домохозяйки молодежь ответила так: «Потеря профессиональной квалификации» - 68,9%; «Потеря финансовой независимости» - 77,5%; «Ухудшение психологического здоровья женщины» - 29,8%; «Сужение круга общения» - 51%; «Снижение интеллектуальной и сексуальной заинтересованности мужа в жене» - 16,6%; «Нарастает психологическое давление мужа на жену» - 17,2%.

Большая часть опрошенных считает, что роль домохозяйки будет актуальна и в будущем (45,7%), но 37,7% затрудняется с ответом, а 16,6% говорят, что роль домохозяйки не будет актуальна (рис. 2).

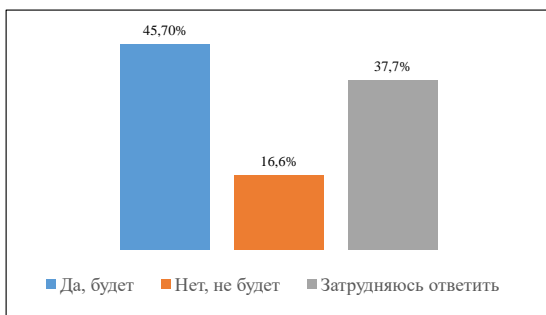


Рисунок 2 - Распределение ответов на вопрос "Будет ли роль домохозяйки актуальна в будущем?"

Многие считают, что домохозяйки в будущем будут уделять больше времени себе, чем домашним обязанностям - 31,8%, 19,9% считает, что домохозяйки будут подрабатывать. Треть опрошенных затрудняются с ответом (31,8%), а лишь 13,9% считают, что роль домохозяйки совсем не изменится.

В качестве вывода, мы можем сказать, что молодежь знакома с ролью домохозяйки, так как половина лично знакома с представителями изучаемой нами группы. Более того, абсолютное большинство считает,

что каждый сам в праве выбирать чем ему заниматься и нейтрально относиться к появлению в своем окружении домохозяйки.

Отталкиваясь от результатов опроса, мы составили следующий портрет домохозяйки: это женщина, которая отказалась от работы по найму из-за воспитания детей и сильной привязанностью к семье, выполняет практически все бытовые обязанности – от приготовления еды до покупки товаров для дома. Она трудолюбива, чистоплотна и добра.

Но у роли такой домохозяйки есть как плюсы, так и минусы. Среди преимуществ выделили такие возможности, как поддержание быта, создание благоприятной психологической обстановки внутри семьи, дать своим детям хорошее воспитание и реализация своих творческих способностей. Но женщине придется отказаться от своей финансовой независимости, потерять свою профессиональную квалификацию и сузить свой круг общения.

Нашим респондентам сложно что-то сказать о будущем роли домохозяйки, но все же часть считает, что данная роль все же будет актуальна. Но при этом, обязанности и функции домохозяек изменятся: они будут больше уделять времени себе, чем домашним обязанностям или будут подрабатывать у себя дома (до 4-х часов в день).

Литература:

1. *Селиванова О.С., Некрасова А.С.* «Женская занятость глазами молодежи» // Наука и современность. 2015. №40. С. 172-174.
2. *Андропова О.Е.* «Особенности самосознания работающей и не работающей женщины» // Вестн. Том. гос. ун-та. 2008. №308. С. 141-143.
3. *Жаравина Ю. А.* «Проблема женской безработицы: современные проблемы и пути решения» // Актуальные вопросы экономики, менеджмента и инноваций : Материалы Международной научно-практической конференции, Нижний Новгород, 16.11.2022. С. 256-258.
4. *Мурзина И. А., Федотова В.М.* «Некоторые аспекты анализа женской занятости в современной России» // Молодежь. Образование. Наука. 2023. № 1(18). С. 138-141.

**Мотивации и ценностные ориентации в сфере труда:
гендерный аспект**

Еордан А.В., Полякова Е.А.

Южный Федеральный университет, г. Ростов-на-Дону

Трудовая деятельность и построение карьеры на сегодняшний день является одной из важнейших отраслей жизни населения. Тренд на престиж должности, финансовую стабильность и быстрый успех только усилился в последние несколько лет с приходом в нашу жизнь цифровых инноваций и возможностей дистанционной реализации рабочего потенциала, работы в форме фриланс-занятости. При этом стремление к реализации собственного трудового потенциала уже долгое время является устойчивой тенденцией вне зависимости как от возраста, так и от пола. И, в связи с этим, вопрос сравнения и более детального изучения трудовой мотивации работников и тех ценностных ориентаций, которые преобладают в общественном сознании. Особую роль в рамках представленной работы играет роль гендерных различий и сравнения исследуемых показателей с точки зрения различий разных мужского и женского взглядов. Анализируются истоки таких различий, характерные тенденции и исследования современного научного дискурса, касаемые этой темы.

На данный момент теоретическое осмысление темы мотивов трудовой деятельности и её же ценностей имеет достаточное содержательное наполнение. Можно отметить, что категория «ценности» как раз и располагается на пересечении двух обширных предметных областей, а именно мотивации и различных мировоззренческих структур [3]. В этом смысле ценности личности и мотивация являются особым «стержнем личности», который формирует другие важные характеристики: социальные установки и ожидания, качества личности, различные стремления и поведение.

Анализ соответствующей литературы также позволяет дать определение интересующей нас категорий мотивации. «Мотивация включает в себя все виды побуждений: мотивы, потребности, интересы, стремления, цели, влечения, мотивационные установки или диспозиции, идеалы и так далее». Что особо важно знать при рассмотрении мотивации трудовой деятельности. Также авторы подмечают, что, «несмотря на разнообразие подходов мотивация понимается большинством авторов как совокуп-

ность, система психологически разнородных факторов, детерминирующих поведение и деятельность человека» [2]

Внимание к данной проблеме было преимущественно уделено в сфере психологии и психоанализа, поскольку сам феномен мотивации и сопутствующих ему ценностных ориентаций произрастает из индивидуальных качеств. В лоне психологии эти вопросы разрабатывали такие современные исследователи как Абрамова В.В. и Федосенко Е.В., исследовавшие мотивацию сотрудников крупных компаний, Баранкина, Прохорова и Шамина, обратившие внимание на поло-возрастные характеристики и их влияние на мотивацию к труду, Костюнина А.А., выделившей основные аспекты трудовой мотивации в гендерном ракурсе, Поплавская А.А. и Соболева Н.А., которые представили сравнительный анализ трудовой мотивации в разных странах мира по половому признаку, а также Прохорова М.В.

И именно в русле психологии изначально были предложены основные классификации и понимание трудовых мотивов и ценностей мужчин и женщин. И чаще в число трудовых мотивов входят: достижение, преобразование, коммуникация, утилитарность, кооперация, конкуренция. Но, если обратиться к опыту сравнения мотивации по гендерному признаку, то очевидными становятся те различия и лишь некоторые сходства, которые подчёркивают разные авторы. К примеру, в рамках предложенной классификации мотивы преобразования и коммуникации у разных полов примерно на равном уровне, в то время как утилитарность и кооперация скорее более присуща женщинам. В случае же с мужчинами главную роль играют конкуренция и достижения [3] Но в рамках нашего исследования, мы постараемся взглянуть на проблему сквозь призму социологии, потому что даже те описанные индивидуальные характеристики показывают нам реальные тренды современного мира, могут объяснить актуальные вопросы возможностей самореализации людей разных половозрастных групп в сфере карьеры и проблемы, связанные с гендерной дискриминацией на рынке труда, эффектом «стеклянного потолка» и многие др.

Для проведения анализа нам бы хотелось бы обратиться к ряду исследований и вторичным данным, которые помогут на выявить основные тенденции. И сначала обратим внимание на «доковидные» времена, когда

та самая «цифра» и удалённые виды профессий и трудовой деятельности не так прочно вписывались в повседневность. В исследовании И. А. Усатова и Е. В. Степановой [5] 2017 года прослеживается осязаемая разница в мотивациях разных групп по признаку пола. Отмечается, что исследуемая группа женщин в возрасте от 18 до 35 лет чаще смутно представляет свой карьерный путь или же, не строя долгосрочных планов на своём карьерном пути. Такое наблюдение выявлено среди респонденток, трудящихся в профильных и так называемых «женских профессиях» (педагог, сиделка, социальный работник и др.) А вот девушки, которым часто приходится конкурировать с мужским полом, строящим карьеру в отрасли медицины, бизнеса, юриспруденции, политике, как раз рассчитывают на долгосрочную перспективу, успешное повышение и путь вверх по карьерной лестнице в выбранном направлении. Что может нам говорить о том, что мотивации к труду часто зависят именно от направления рабочей деятельности, квалификации и стремления индивида вне зависимости от пола. Возникает вывод, что в более конкурентной среде, где человек должен обладать высокими навыками и ответственностью, а также сферах, куда сложно попасть вне зависимости от пола во много раз повышается мотивация построения успешной карьерной траектории и ценность получения рабочего места и работы в целом.

Также хотелось бы отметить исследование сферы HR-менеджмента и данные, полученные в ходе исследования области трудоустройства [1]. Было установлено, что в процессе самопрезентации при приёме на рабочее место мужчины чаще указывали ценность реальных результатов работы и предвкушение победы, т. е. возможность конкурировать и занимать преимущественные позиции. В данной группе главными трудовыми мотивациями выступают «личная независимость», «право принимать решения», что говорит о преобладании описанного ранее мотива-достижения, когда важен сам путь достижения цели, а не самооценка выполненной работ. Как отмечает автор: «Сотрудникам-мужчинам необходимо ставить четкие цели и сроки. Кроме того, мужчинам важно чувствовать себя нужными». В ситуации с респондентами-женщинами всё наоборот. Женщины, в свою очередь, высоко ставили ценность отношений в коллективе, возможности получения поощрений и похвалы за свой труд. Видно, что эмоциональная составляющая трудовой деятельно-

сти у представительниц женского пола в разы выше ценится. И даже финансовая мотивация имеет меньшее значение, хотя и отмечается, что «достойная заработная плата» стоит на высокой позиции. В соответствии с данными 25% женщин обладают таким качеством как погруженность – «полная концентрация и погружение в работу, изменение восприятия времени, переживания счастья, отсутствие желания отвлечься от работы или прекратить ее», - по оценкам Абрамова В. В. и Федосенко Е.В. У 65% мужчин и 25 % женщин выявлен интерес к работе, они считают, что именно здесь их место. Женщины более требовательны к работе.

И ещё одним исследованием, к которому мы обратимся — это работа Шевченко И. О. «Мотивация и ценностные ориентации работников в гендерном контексте», где рассмотрены различные трудовые мотивы и ценности в разрезе разных сфер труда (сельское хозяйство и промышленность) в гендерном разрезе. Сразу отмечается, что финансовое вознаграждение всё же главный мотив для работников всех сфер занятости, хотя степень интереса к этому вопросу может немного различаться.

В промышленности среди мужчин (56,3%) и женщин (62,1%) следующим по значимости мотивом являются условия труда. У женщин третье место по значимости занимает «близкое расположение места работы к месту жительства» (41,4%), а у мужчин - 27,7%. Кроме того, интерес к содержательной стороне работы (32,2% у женщин и 20,7% у мужчин) и организация труда (36,8% у женщин и 26,8% у мужчин) оказались более приоритетными для женщин, чем для мужчин. Отмечено, что в 2 раза больше женщин, чем мужчин, выделяют командный дух как важный аспект работы (13,8% и 6,1%).

Исследуя данную тему, мы делаем вывод, что погоня за карьерой и хорошим заработком на данный момент актуальные явления для людей вне зависимости от пола. Но существуют существенные отличия в подходах для достижения таких целей, хотя доход и является главным стремлением и мотивом. В случае с мужчинами стремление подкрепляется ценностями лидерства и свободы, мотивами власти и победы, а в случае с женщинами сподвижниками труда являются мотивы похвалы, самореализации, содержания работы и ценность эмоций. Также эти различия проходят по критерию направления и отрасли, где трудятся люди, степени образованности, квалификации.

Литература:

1. *Абрамова, Федосенко* 2019 - Абрамова В.В., Федосенко Е.В. Профессиональная мотивация сотрудников крупных компаний // Молодая наука: актуальные вопросы экономики, права, психологии и образования: Сб. науч. статей Всерос. научно-практич. ежегодной конф. молодых ученых. Симферополь, 2019. С. 6-11.
2. *Асеев В. Г.* Мотивация поведения информирования личности/В.Г. Асеев. М.: Гардирики, 2006. 223 с.
3. *Бубнова С.С.* Ценностные ориентации личности как многомерная нелинейная система / С.С. Бубнова // Психологический журнал, 2005. № 5. С. 38-44
4. *Прохорова М. В.* Смыслообразующие мотивы трудовой деятельности женщин и мужчин // Известия Саратовского университета. Новая серия. Серия: Философия. Психология. Педагогика. 2017. Т. 17. № 3. С. 314–318
5. *Усатов И. А., Степанова Е. В.* Гендерные особенности мотивационно-потребностной сферы сотрудников ПАО «Ростелеком» // Научно-методический электронный журнал «Концепт». – 2017. – Т. 39. – С. 746–750
6. *Шевченко И. О.* Мотивация и ценностные ориентации работников в гендерном контексте// Вестник РГГУ. Серия «Философия. Социология. Искусствоведение». 2022. №1–2.

Влияние гендера на выбор образовательной траектории

Орленко Г.П., Полупанов К.Д., Степаненко Е.С.

Южный федеральный университет, г. Ростов-на-Дону

Образование является ключевой составляющей развития общества и формирования личности. Выбор образовательной траектории играет важную роль в профессиональном и личностном росте каждого человека. Однако, влияние гендера на этот выбор остается актуальной и сложной проблемой в образовательной сфере. Гендерные факторы, такие как ожидания, стереотипы и социальные предрассудки, могут оказывать значительное воздействие на решения мужчин и женщин в отношении образо-

вания. В данной статье мы рассмотрели влияние гендера на выбор образовательной траектории. Цель исследования - выявить факторы, которые могут влиять на этот процесс и поиск путей преодоления гендерных неравенств в образовании.

Значительный вклад в исследования данной сферы внесли такие учёные как Н.И. Шарипова, Ю.С. Задворнова, А.В. Малкова и другие. Из этих работ мы определили образовательную траекторию как последовательность получения и состав знаний, необходимых для достижения требуемого или желаемого уровня квалификации в избранной области [1]. Для достижения своей цели нами было проведено эмпирическое исследование, в ходе которого мы опросили 105 человек из числа студенческой молодёжи в возрасте от 16 до 25 лет. Основным методом выступило интернет-анкетирование.

Цель исследования заключается в выявлении этих факторов и поиске путей преодоления гендерных неравенств в образовании. Это включает создание равноправных условий и возможностей для обоих полов, борьбу со стереотипами и предубеждениями, а также поощрение свободного выбора в образовательной сфере, основанного на интересах и способностях, а не на гендерных ограничениях.

Большинство респондентов представляют гуманитарные специальности (56%), которые чаще называют «женскими» (рис.1) Здесь эта установка не разрушилась, потому что, действительно, среди респондентов, выбравших данный вариант ответа 84% - девушки.

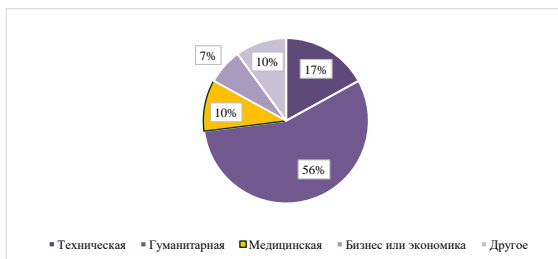


Рис.1. Распределение ответов на вопрос «Какую образовательную программу или специальность вы выбрали или планируете выбрать?»

Вопрос «Какие факторы, по вашему мнению, влияют на ваш выбор образовательной траектории?» даёт понять, что у большинства из респондентов нет установок о том, что гендер является решающим фактором при определении образовательной траектории (рис.2). Более того, этот фактор не входит даже в так называемый ТОП. Это также подтверждает и распределение ответов на следующий вопрос (рис.3).



Рис. 2. Распределение ответов на вопрос «Какие факторы, по вашему мнению, влияют на ваш выбор образовательной траектории?»

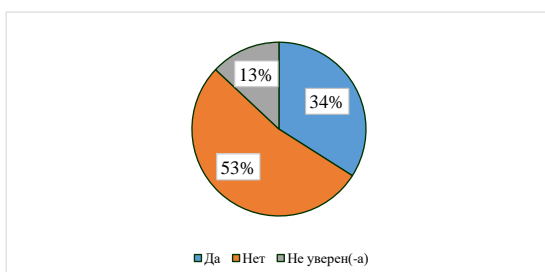


Рис. 3. Распределение ответов на вопрос «Считаете ли вы, что гендерные стереотипы оказывают влияние на выбор образовательной траектории?»

Следующая мини-группа вопросов показала, как влияют родители и ближайшее окружение на выбор образовательной траектории человека (рис. 4, 5).

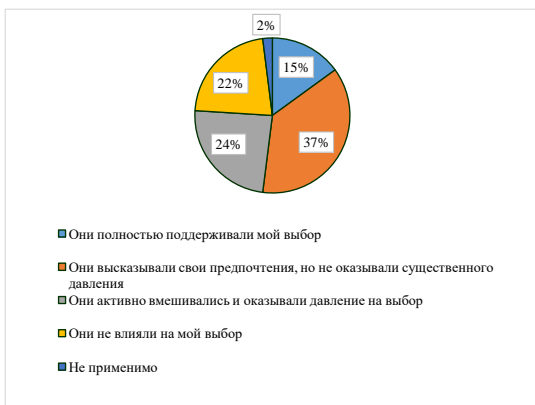


Рис. 4. Распределение ответов на вопрос «Какую роль играли родители или опекуны в вашем выборе образовательной траектории?»



Рис. 5. Распределение ответов на вопрос «Какой вклад в ваш выбор образовательной траектории вносит ваше окружение (друзья, партнер, коллеги и т.д.)?»

Большинство респондентов в обоих вопросах отметили, что окружение играют незначительную роль в определении образовательной траектории.

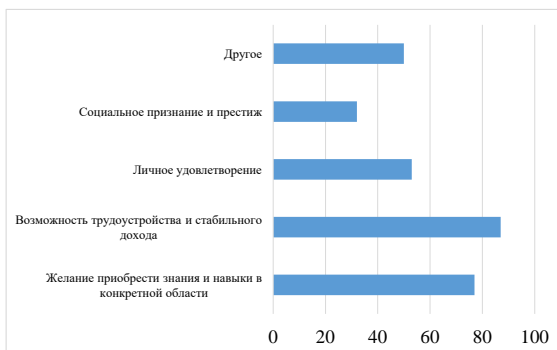


Рис. 6. Распределение ответов на вопрос «Каковы ваши мотивации для выбора образовательной траектории?»

При выборе образовательной траектории большинство респондентов указывает на три особо важных составляющих: возможность трудоустройства и стабильного дохода, желание приобрести знания и навыки в конкретной области и личное удовлетворение. Примечательно, что большая часть ответов, связанная с экономическим благополучием, принадлежит респондентам мужского пола, а большая часть ответов, связанных с личным комфортом, женщинам.

В заключении хотелось бы отметить, что прямой зависимости выбора образовательной траектории от гендера выявлено не было. Однако, в некоторых вопросах корреляция прослеживалась, но не так сильно, как нам представлялось. Вывод можно сделать следующий: гендер имеет некоторое значение при выборе образовательной траектории, однако, говорит о нём, как об основополагающем факторе не стоит.

Литература:

1. *Н. И. Шарипова* Образование с точки зрения гендерного знания // Ученые записки Худжандского государственного университета им. академика Б. Гафурова. Гуманитарные науки. 2015. №1.
2. *Ю. С. Задворнова* Тенденции трансформации гендерных ролей в современной российской семье // Женщина в российском обществе. 2013. №2 (67).
3. *М. А. Махотин, А. В. Малков* Формирование понятия и специфики гендерной экономики // Успехи в химии и химической технологии. 2018. №4 (200).

ПЛОЩАДКА 2.
ФИНАНСОВЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
ПРИ ПРАВИТЕЛЬСТВЕ РФ

Научный руководитель:

заслуженный деятель науки РФ, руководитель научной школы «Гендерная и экономическая социология», научный руководитель департамента социологии финансового университета при правительстве РФ, председатель исследовательского комитета «Гендерная социология» РОС – профессор Силласте Г. Г.

**Социальные механизмы повышения рождаемости
в современной России**

Балявина П.А., Данилова М. Р.

*Научный руководитель: Разов Павел Викторович, доктор
социологических наук, профессор*

Финансовый Университет при Правительстве РФ, г. Москва

Само понятие рождаемости определяется количеством рожденных детей живыми на одну тысячу населения. Большинство ученых для анализа рождаемости использует суммарный коэффициент, который состоит в среднем количестве детей на одну женщину. В 50-ые годы XX-го века в мире в среднем на женщину приходилось около 5 детей, однако сегодня этот показатель упал вдвое и поддерживается в основном за счет Африканского континента, где самыми рожаящими странами с количеством от 4 до 6 детей на женщину были признаны Нигер, Чад, ЦАР, Нигерия и Мали. При этом заметно значительное старение населения в развитых странах: в среднем у одной женщины рождается 2,1 ребенка. Определенные страны достигли того уровня рождаемости, что население уже не может воспроизводить само себя, то есть для воспроизведения необходимо иметь двух детей, а такие страны, как Республика Корея, в среднем не

рожают даже одного ребенка – 0,78 в 2022 году, согласно данным газеты The Guardian. Чуть лучшие результаты показывают Япония и США: 1,33 и 1,64 соответственно. [2]

Для России этот показатель в 2022 году составил 1,42 ребенка на женщину, что является самым низким показателем в XXI-ом веке для государства. Тем самым, государство направило свои силы на разработку программ, которые должны были повысить уровень рождаемости. [4]

Национальный проект «Демография» был создан в 2019 году с расчетом на 5 лет. Результатами данного проекта должны были стать:

- финансовая поддержка семей и повышение количества рожденных детей,
- рост количества работающего населения,
- увеличение продолжительности здоровой жизни граждан всех возрастов за счет улучшения качества медицинских услуг и повышения доступности спортивных секций и клубов.

Однако если изучить тенденцию изменения количества населения с 2016 года (Рисунок 1), то население все еще постепенно сокращается как в абсолютных показателях, так и в относительных, и в 2022 году составляет 146 980 061 человек.

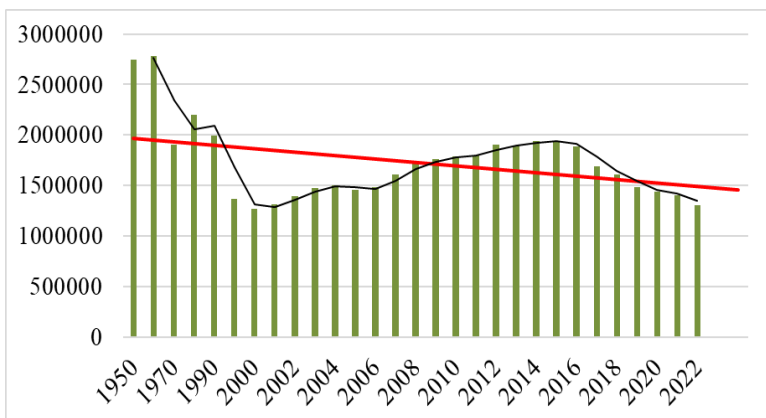


Рисунок 1. Рождаемость в России в период 1950–2022 гг.

Также ВЦИОМ провел исследование в 2022 году на неделе женского здоровья и вывел, что только 37% опрошенных женщин в возрасте от 18 до 45 лет готовы рожать от 3-х детей, то есть увеличивать население

ние страны естественным путем. 7% вообще не желают иметь детей, что означает, что среди всех женщин репродуктивного возраста тысячи девушек не будут планировать рожать, причем большая часть приходится на Москву и Санкт-Петербург. [1]

В ходе исследовательской работы были проанализированы высказывания разного рода депутатов, чиновников, общественных деятелей, которые предлагают различные способы стимуляции к рождению детей. Они были разделены на 5 соответствующих групп:

1. введение сухого закона,
2. запрет/ограничение аборттов,
3. введение налога на бездетность,
4. изменение ценностей молодежи,
5. обеспечение молодым семьям стабильного и прибыльного трудоустройства и социального жилья.

Первая группа представлена высказыванием руководителя проекта «Демографическая платформа.РФ» Сергей Чеснокова. Он утверждает, что сухой закон в Советском Союзе внес положительное влияние на рождаемость. Если мужчины перестанут употреблять алкоголь, то они станут обеспечивать свою семью в достаточной мере, что приведет к решению рожать ребенка. [3]

Запрет абортов в частных клиниках уже возникал как прецедент в Курской, Челябинской, Липецкой областях, в Татарстане и Крыму. Более того глава фракции ЛДПР в Пермском городском собрании Олег Постников внес предложение о выкупе детей у женщин, которые планируют аборт. По его мнению, данное действие позволит вырастить будущего гражданина в государственном учреждении или приемной семье, а также дать время биологической матери ребенка на обдумывание и пересмотр своего решения. Однако данная позиция не поддерживается некоторыми политиками, так как противоречит законам Российской Федерации о запрете торговли людьми. [6]

К третьей группе относятся все предложения, связанные с введением налогового обязательства в сторону бездетных граждан, находящихся в репродуктивном возрасте. Член Комитета Госдумы по бюджету и налогам Евгений Федоров обозначил, что данная идея имеет смысл, однако только в случаях, когда государственный бюджет больше не сможет

выделять денежные средства на материнский капитал и другие пособия в отношении матери и детей. В целом данный налог существовал еще в период СССР, и на сегодняшний день его не раз предлагали ввести снова. [5]

Четвертая группа характеризуется сменой ценностных парадигм у молодого населения страны. Так, сенатор от Челябинской области Маргарита Павлова заявила, что необходимо пересмотреть семейные ценности и ориентировать именно женщин на рождение детей, а не получение высшего образования. Также Евгений Федоров предложил ввести систему «обрусения» мигрантов и тем самым увеличить количество населения.

Последняя группа представлена высказыванием главы думского комитета по защите семьи, вопросам отцовства, материнства и детства Нины Останиной, которая высказалась о важности внимания к проблемам молодых семей. По ее мнению, основными волнующими проблемами являются: трудоустройство с достойным заработком, наличие жилья и бесплатное посещение детского сада. После решения данных проблем государство уже сможет инициировать деятельность по повышению рождаемости в стране. [7]

Теперь рассмотрим, какие потенциальные результаты могут быть получены при реализации того или иного предложения и какие риски стоят за ними.

Таблица 1.

Предложения для повышения рождаемости:
ожидаемые последствия и риски

Предложения	Ожидаемые последствия	Риски
Введение сухого закона	- повышение уровня здоровья и трудоспособности населения	Повторение последствий Сухого закона в США: - незаконная продажа алкоголя, - отравление граждан метиловым спиртом, - массовые недовольства
Запрет/ограничение абортов	- рост количества детей	- повышение смертности женщин в ходе проведения

		подпольных абортов, - нехватка детских домов из-за большого количества «купленных» детей - массовые недовольства, - большие денежные затраты на «выкуп» детей
Введение налога на бездетность	- рост бюджета за счет введенных налогов	- страх и недоверие к власти, - массовые недовольства
Изменение ценностей у молодого поколения	- направленность молодых людей на семейные ценности, - рост рождаемости	- недовольство политикой, - страх перед властями
Обеспечение стабильного заработка и места жительства молодым семьям	- уверенность в будущем, - рост рождаемости	- большие затраты жилье и обеспечение рабочих мест

Закключение. Рождаемость в России, как и в большинстве развитых государств, значительно сокращается с каждым годом. Социальный механизм направлен в основном на материальную составляющую: льготы, субсидии, снижение процентов и т. д. Однако текущая политика государства не работает, так как население все еще сокращается.

Согласно проведенному анализу, необходимо для начала предоставить молодым семьям условия, в которых они будут чувствовать уверенность в завтрашнем дне, а затем уже направить политику в сфере повышения рождаемости на смену ценностных ориентиров молодого поколения. Однако необходимо совершать подобную деятельность мягко, чтобы не вызвать крупного недовольства населения.

Литература

1. ВЦИОМ Идеальная семья — 2023 [Текст: электронный] // Всероссийский центр изучения общественного мнения. – 2023. URL: <https://wciom.ru/analytical-reviews/analiticheskii-obzor/idealnaja-semja-2023>

2. *Гонатаева А. Г., Кирова И. В.* Демографическое старение населения: причины и последствия [Текст: электронный] // Экономика и бизнес: теория и практика. – 2023. – №9 (103). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/demograficheskoe-starenie-naseleniya-prichiny-i-posledstviya>

3. *Колаш Д.В.* России придумали, как можно повысить рождаемость [Текст: электронный] // Газета.ru. – 2023. URL: <https://www.gazeta.ru/social/news/2023/12/05/21858295.shtml?updated>

4. *Макеев А.* Самый низкий коэффициент рождаемости в мире упал до исторического минимума [Текст: электронный] // Аргументы и факты. – 2023. URL: https://aif.ru/society/samyu_nizkiy_koefficient_rozhdaemosti_v_mire_upal_do_istoricheskogo_minimума

5. *Новикова А.* «Предлагает обобщить наших молодых ребят»: в Госдуме задумались о налоге на бездетность [Текст: электронный] // Газета.ru. – 2023. URL: <https://www.gazeta.ru/social/2023/12/03/17955901.shtml>

6. *Резанова-Яцкевич Е.* Депутат предложил выкупать детей у женщин, которые хотят сделать аборт [Текст: электронный] // Газета.ru. – 2023. URL: <https://www.gazeta.ru/social/news/2023/06/22/20724368.shtml>

7. *Талинова С.* Челябинский сенатор предложила перестать ориентировать девушек на получение высшего образования [Текст: электронный] // 74.RU. – 2023. URL: <https://74.ru/text/health/2023/11/13/72910034/>

Формирование гендерных стереотипов в средствах массовой коммуникации

Емелина А. А., Гомцян Р. А.

Научный руководитель: Дягилев Василий Васильевич, кандидат исторических наук, доцент,

Финансовый университет при Правительстве РФ, г. Москва

На протяжении всей истории понятия мужественности и женственности менялись.

Сейчас средства массовой коммуникации можно считать самым эффективным способом, чтобы влиять и формировать общественное мнение. Разные точки зрения, под которыми рассматриваются проблемы взаимоотношений мужчин и женщин в средствах массовой коммуникации, влияют на формирование гендерных стереотипов в сознаниях людей.

Рассмотрим же, какие именно стереотипные образы транслируются в различных каналах средств массовой коммуникации.

Первый канал средства массовой коммуникации – это телевидение. Научно обоснованный факт, что телепродукты как сериалы и художественные фильмы считаются чуть ли не основным источником, формирующим гендерные стереотипы. К примеру, можно выделить несколько образов, которыми очень часто показывают женщин в телевидении. Жена-домохозяйка, у которой есть хобби, в котором она самореализуется. Мать-одиночка с тяжелой судьбой, но нашедшей в какой-то момент времени себе партнера, а также работающая жена.

При этом образ мужчины в телепродуктах представляется кардинально противоположным – мужчина ясно осознает свои желания по жизни, ставит себе цели и идет к ним, не боится рисковать, поэтому непоседливый и непостоянный, не любит засиживаться на одном месте. Кроме того, без труда влюбляет в себя окружающих, делает это мгновенно.

Таким образом, в телевидении и кинематографе преобладают традиционные образы мужчин и женщин.

Второй канал коммуникации, который мы рассмотрели, — это реклама. В рекламе тоже выделяется три самых популярных образа мужчин и женщин, которые варьируются в зависимости от того, какой товар или услуга рекламируется и какую целевую аудиторию планируют охватить маркетологи.

Образы женщин в рекламе: первый образ, который чаще всего используется для рекламы отдыха, развлечений, косметики или парфюмерии – это легкомысленная девушка, которая в основном занимается уходом за собой, а свободное время уделяет шоппину, клубам и сплетням с подругами. Второй образ активной домашней мамы, жены и хозяйки. Третий образ работающих женщин делится на женщин-работниц в сфере

обслуживания и женщин-работниц в офисе. Работающие женщины в рекламе чаще всего не занимают высокие должности (они скорее будут представлены в роли бухгалтера, учительницы, продавца или секретарши).

Образы мужчин в рекламе также можно разделить на три вида. Мужчина-авантюрист, которого можно описать как сильных (и телом, и духом), готовых познавать что-то новое, властные и страстные. Деловой мужчина в рекламе стремится обладать лучшим, хочет, чтобы к нему относились с уважением, ведет себя достойным образом. Реклама товаров, целевая аудитория которой направлена на женщин, обычно показывают мужчин как инфантильных и вспыльчивых особ.

Таким образом, образы, транслируемые в рекламе, формируют стереотипы о том, что женщины не могут заниматься каким-то серьезным трудом в силу того, что они часто волнуются и у них что-то болит, они легкомысленны, в то время как в основном мужчины представлены как доминантные и сильные личности, которые идут по жизни уверенно.

Следующий канал коммуникации, который мы рассмотрели, — это Интернет и социальные сети. В социальных сетях женщину хотят видеть ухоженной, элегантной, обладающей природным обаянием и непринужденной. Мужчину же в социальных сетях хотят видеть сильным, творческим и умным одновременно, должен уметь покорять окружающих своей властью. Таким образом, стереотипные гендерные образы, складывающиеся в социальных сетях и Интернете, можно охарактеризовать кратко: женщина – красивая и роскошная дама, а мужчина – ее сильный герой.

Гендерные стереотипные образы в прессе весьма разнообразны. Они отличаются в зависимости от того, о чем именно написана статья и о чем (о ком) именно в ней идет речь. Так, образы женщины можно разделить на три категории:

- «Превосходная мать» обычно окружена членами семьи, является замечательной матерью, хозяйкой и женой;
- «Превосходный профессионал» являет собой женщину, которая предпочитает классический стиль в одежде, собранная, спокойная и рассудительная;

- «Полифункциональная женщина». На ней лежит ответственность руководителя среднего звена на работе, дома она хорошая и внимательная мать и жена, а также является общественной активисткой.

При это образов мужчин можно выделить немного больше – пять штук:

- Руководитель предприятия или организации («босс») обладает безупречной одеждой, в речи использует умные фразы и термины;
- Представитель сферы искусства («богема») предстает как творческая натура, который в своих монологах раскрывает свое Я;
- Работник правоохранительных органов («силовик») погружен в политику, строгий, состоявшийся и успешный человек. Речь нелитературная, протокольная с рублинными фразами;
- Мелкий предприниматель, представитель мелкого бизнеса («счастливый фермер») всегда обладает большой семьей, члены которой с радостью ему помогают, подчеркнута патриархальный;
- Опустившийся на дно жизни маргинал представлен угрюмым человеком, озлобленным, в темной одежде, на лице следы похмелья/сильного опьянения.

Таким образом, в прессе стереотипы о женщинах и мужчинах разнятся в зависимости от контекста статьи. Нельзя сказать определенно, что транслируемые стереотипы являются категорически традиционными или категорически либеральными.

Нами было проведено исследование, в котором мы хотели выяснить, какие именно стереотипы транслируются в различных средствах массовой коммуникации и совпадут ли наши результаты с проанализированной литературой.

Итак, в исследовании приняло участие 55 респондентов, из них 56,4% женщин и 44,6% мужчин. Среди них 47,3% одинокие люди, не имеющие партнера, 40% состоят в отношения и 12,7% состоят в браке.

Следующие вопросы звучат следующим образом: «Как Вы думаете, какими качествами должны обладать мужчина/ женщина согласно стереотипам, транслируемых в средствах массовой коммуникации?». Нами были получены результаты, что в средствах массовой коммуникации респонденты чаще всего видят образы мужчины как умного, порядочного и верного, а женщин хозяйственной, верной и заботливой.

На вопрос «Какие гендерные роли соответствуют мужским стереотипам, транслируемых в средствах массовой коммуникации?» мы получили результаты, что респонденты чаще всего в средствах массовой коммуникации замечают, что мужчина обязан в течение своей жизни построить карьеру, отслужить в армии и купить квартиру или дом, в то время как женщина завести детей и выйти замуж, но параллельно и построить карьеру.

Кроме того, респондентам был задан вопрос «Как вы считаете, изменились ли стереотипы, транслируемые в средствах массовой коммуникации за последние 5 лет?». Согласно результатам 47,3% респондентов убеждены, что стереотипы в средствах массовой коммуникации за последние 5 лет претерпели определенные изменения, в то время как 49,1% уверены, что стереотипы остались прежними. И только 3,6% затруднились дать определенный ответ.

На вопрос «Как вы считаете, стали ли новые гендерные стереотипы, транслируемые в средствах массовой коммуникации, более либеральными или остались традиционными?» были получены следующие результаты. Большинство респондентов (52,7%) утверждают, что гендерные стереотипы в средствах массовой коммуникации остались прежними, в то время как 40% опрошенных сказали, что стереотипы стали более либеральными. 7,3% опрошенных затруднились дать конкретный ответ.

Таким образом можно сделать вывод, что наше исследование подтвердило результаты, полученные в ходе анализа литературы. Несмотря на то, что мир развивается и женщины приобретают все больше прав, гендерные стереотипы, транслируемые в средствах массовой коммуникации, все еще остаются прежними и показывают мужчин и женщин в рамках традиционных ролей. Так женщина в средствах массовой коммуникации занимается в основном домашним хозяйством и детьми, предстает любящей и заботливой. А мужчина же в свою очередь является добытчиком в семье, должен быть сильным и верным спутником для своей жены.

Литература

1. *Соколова Е.А.* Женские медиаобразы-стереотипы в газете современного провинциального города // Вестник Шадринского государственного педагогического университета. 2015. №4 (28). URL:

<https://cyberleninka.ru/article/n/zhenskie-mediaobrazy-stereotipy-v-gazete-sovremenno-go-provintsialnogo-goroda>.

2. *Шилова Т.А.* Гендерные стереотипы в ресурсах сети Интернет // Женщина в российском обществе. 2004. №1-2. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/gendernye-stereotipy-v-resursah-seti-internet>.

3. *Стасенко О.В.* Воспроизведение и формирование гендерных стереотипов средствами массовых коммуникаций: автореф. дис. канд. социологических наук соц. наук: 22.00.06. - 28 с.

4. Актуальные проблемы теории коммуникации". СПб. - Изд-во СПбГПУ, 2004. - С. 225–231

5. Типы мужчин в кино и в жизни // fishki.net URL: <https://fishki.net/1253571-tipy-muzhchin-v-kino-v-kotoryh-zhenwiny-chawevsego-vljublajutsja.html>

6. Трансляция гендерных стереотипов средствами массовой коммуникации // super.inf URL: https://superinf.ru/view_helpstud.php?id=1961

7. *Зеленова Е.В.* Влияние средств массовой коммуникации на формирование гендерных стереотипов // Владимир: 2018. - С. 1–3.

8. Женский образ в рекламе // studbooks.net URL: https://studbooks.net/941326/marketing/zhenskiy_obraz_reklame

9. Образ мужчины в рекламе // studbooks.net URL: https://studbooks.net/893364/marketing/obraz_muzhchiny_reklame

Образ женщины в культуре XXI века

Коваленко А. В., Филатова Ю. В., Кушнир Д. Ю.

Научный руководитель: Кушнир Дария Юрьевна, старший преподаватель Департамента социологии

Финансовый университет при Правительстве РФ, г. Москва.

В современном мире все чаще люди говорят о проблеме гендерных стереотипов, которые оказывают влияние на всех членов общества, вне зависимости от пола, возраста, национальности. Очевидно, что гендерные стереотипы все еще являются одной из основ сознания современного человека. В особенности данные взгляды находят отражение в куль-

туре, отражении социокультурных тенденций. Потребители подвержены сильному влиянию со стороны образов массовой культуры. Положение современной женщины несомненно улучшилось по сравнению, например, с предыдущим веком. Женщины могут говорить о своих правах, чувствах, потребностях и желаниях, могут заниматься совершенно «не женскими» видами деятельности.

Тем не менее в обществе все еще царят представления о женщине как об украшении, тени мужчины, хранительнице очага, матери, ввиду чего мы видим огромное количество стереотипных женских образов в современной культуре, которые продолжают закреплять мнимые установки относительно роли женщины. Данные установки формируют нереалистичное представление о женщине.

Образ женщины в культуре 21 века

В современной культуре образ женщины претерпел множество изменений, особенно в сравнении с предыдущими эпохами. Конечно, большую роль сыграл феминизм, даровавший больший спектр возможностей реализации представительницам женского пола. Однако это не значит, что в 21 веке образ женщины в различных формах культуры полностью соответствует действительности и проблемы, сопутствующие женщинам на протяжении всей жизни, решены.

Говоря о культуре, мы подразумеваем духовную сферу жизни общества. Этот элемент социума непосредственно влияет на человеческое восприятие реальности, накладывая свой отпечаток на тех, кого показывает.

Тем не менее в современных реалиях на первое место всё чаще выходит киноиндустрия. Поговорим мы именно о кинематографе как одном из наиболее влиятельных элементов духовной культуры. Здесь образ женщины претерпел много изменений, что позволило от только «матери», «хранительницы очага» перейти к «сильной, свободной женщине», но имеющей чувства и развивающейся на одном уровне с мужчинами.

Образ женщины в киноиндустрии 21 века

Несмотря на положительные сдвиги в передаче образа женщины через призму взгляда режиссера, проблемы формирования личности женщины в кино до сих пор не решены полностью. Разберем, на какие вопросы всё ещё стоит обратить внимание.

Ближе к концу 20 века на киноиндустрию большое воздействие оказала вторая волна феминизма, которая переосмысливала функцию и образ женщины в кино. Обратимся к эссе Лауры Малви «Визуальное удовольствие и нарративный кинематограф», вошедшей в историю феминистской критики как теоретик, положивший в середине 70-х годов начало плодотворному сотрудничеству между психоанализом, теорией кино и феминизмом.

Одной из главных идей её работы становится «чужая» игра женщины как зрительницы, которой навязывался мужской взгляд на кино с женскими персонажами, фокусирующийся в первую очередь на удовлетворение потребности мужчины. На этом во многом строится и современное кино, делающее акцент на женском теле, его красоте, а не на личности и её многогранности.

Помимо такого феномена Лаура Малви вводит понятие «мужского взгляда», акта изображения женщин и мира в изобразительном искусстве и литературе с мужской перспективы, которая объективирует женщин для удовольствия зрителя.

Малви пишет, что такое отражение женщины чаще появляется в массовой культуре, нацеленной на получение быстрого и легкого удовольствия от просмотра. Однако в это же время развивается и противоположное кино – феминистское, дающее женщине возможность быть собой, сохраняя идентичность и не уходя в культ тела.

Голливудское кино

Ранее, в конце 20 века, большинство ролей отдавалось мужчинам, играющим героев и злодеев. Они создавали образы, устанавливали определенные типажи и модели поведения. Позже такая концентрация на мужских персонажах сместилась на появление женщины как сильного героя. У неё появился полноценный характер, она получила право выбора, сама стала определять судьбу, отделившись от традиционного образа «хранительницы очага».

Однако понятие «сильный женский персонаж» подверглось коммерциализации. Проблема репрезентации женщины в кино заключается в том, что она становится носителем абсолютно оторванных от реальности свойств. Ей теперь присуща физическая сила, абсолютная правота, эмоциональная стойкость, делающая из обычного человека куклу, не под-

верженную внешним факторам, полное отсутствие черт феминности, что не является положительным аспектом. Получилось, что, вместо создания женского персонажа, отличающегося от мужчин с их характерными особенностями, вышел образ героя-мужчины, но с женщиной в основе образа. От женщины здесь только внешний вид, ничего из психологических характеристик не сохранилось.

Женщина в контексте новых блокбастеров

Мультфильм «Мулан», выпущенный в 1998 году, по-новому раскрыл женский. Мулан стала первой принцессой «Дисней», которая избавилась от ярлыка «красавица в беде», став активным персонажем, не априори связанным с мужскими персонажами.

Уничтожение феминности женщины как тенденция часто наблюдалась в киноиндустрии. В случае с данным мультфильмом такого не было – наоборот, половые признаки остались важными, но не сделали Мулан неспособной развиваться самостоятельно. Ей присущи сообразительность, быстрота реакции, ловкость вместо физической силы.

В нашем столетии подобная героиня претерпела изменения. Получив сверхъестественную силу, она встала на один уровень по физической силе с другими мужчинами-воинами. Вместо раннего образа девушки, которая уступала мужчине в этом вопросе, но замещала недостатки другими своими положительными чертами, она стала типичным персонажем «мужчина, но в теле женщины». То есть вместо превознесения отличия женского тела от мужского «Дисней» сфокусировался на типизации героев.

Образ женщины в киновселенной Марвел

Капитан Марвел, или Кэрол Дэнверс. Капитан Марвел становится активным персонажем. Тем не менее остается главный вопрос. В чем смысл такой репрезентации? Кэрол получила силу не в результате долгих тренировок и сложного процесса формирования личности, включающего борьбу с внутренним противоречием. Она получила силу случайно, как и завоевала своё место героя в фильмах. Именно поэтому героине трудно сочувствовать, её опыт невозможно перенять, взяв за основу. Капитан Марвел становится очередным типизированным женским персонажем.

Получается, что обе героини – Мулан и Кэрол Дэнверс – не имеют ничего общего с женским опытом, не передают настоящих переживаний,

а показывают вымышленную историю. Несмотря на концепт фантастического мира, важным аспектом репрезентации женщины является сохранения её особенностей, позволяющее развиваться в отрыве от мужчин и не быть их полным отражением.

Черная вдова, Наташа Романова. Ещё одна героиня вселенной Марвел, безусловно, любимый зрителями персонаж. Однако за образом сильной, бескомпромиссной героини режиссёры скрывают женщину с тяжелой судьбой, лишенной репродуктивных функций. Опираясь на этот сюжетный поворот, создатели героя решили, что такой персонаж не имеет логичного развития и отлично подойдет в качестве жертвы для достижения благой цели. Основная проблема заключается именно в том, что не имеющая возможности родить, Черная вдова теряет право на счастливый финал.

Авторский взгляд на женский опыт

В нынешнее время на первый план выходит авторское кино, часто оно не имеет большого бюджета и набирает не такое количество просмотров, как фильмы крупных компаний. Здесь мы вспомним Грету Герwig и Софию Копполу, чьи работы становятся настоящим сокровищем для отражения женщин в кино.

Грета Герwig сняла свой первый фильм «Леди Бёрд» в 2017 году. Сюжет кинокартины базируется на истории взросления, выборе жизненного пути, поиске своего места. Звучит слишком знакомо, и, кажется, что такая картина уже виделась зрителями слишком много раз. Однако такой отклик со стороны аудитории не мог быть вызван обычным качественным фильмом, было что-то необычное в этой кинокартине.

«Леди Бёрд» – это не только история типичного подростка, это ещё и наиболее приближенное к реальности произведение, которое позволяет не просто посмотреть через экран на жизнь вымышленного человека, но и окупнуться в мир, показанный режиссером.

На первое место выходит противоречие, раскрывающее проблему семейных взаимоотношений. Это становится ещё одной причиной такого бурного интереса к фильму – многим знакомо чувства желания быть не такими, как родители, но всё равно стремиться получить от них похвалу. Сцены конфликта мамы и главной героини кажутся такими бытовыми, но именно это делает их настоящими. Нет никаких сверхъестественных сил,

сложных задач глобального уровня, есть только подросток и его родители, самые обычные и реальные, такие похожие на жизни зрителей.

София Коппола. Героиня Кополлы в дебютных «Девственницах самоубийцах» (1999) и последующей «Марии Антуанетте» (2006) в исполнении Кирстен Данст живёт в мире пастельных цветов, носит белые блузки и банты, всё вокруг неё кажется таким нежным, невозможным, до того она идеализированно. Режиссер, с опорой на женственность, создаёт свою героиню, которая делает из стереотипов целый образ.

Такой непримечательной, но, оказывается, важной деталью фильма «Девственницы самоубийцы» является взгляд на жизнь сестер, из-за самоубийства одной из которых родители оградил их от внешнего мира, создав свою, сокрытую вселенную, с позиции соседей мальчиков. Со стороны они кажутся воздушными, прекрасными, и жизнь их такая невозможно идеальная – что весьма точно отражает понимание женщин мужчинами. Но на самом деле это одиночество, отягчающая атмосфера замкнутости, горя из-за потери близкого человека. Но этого никто не замечает, всем видна безупречная обложка.

Такая антитеза не просто часть фильма, а на самом деле существующая ситуация. Многие думают, что красивые девушки не переживают, что за их внешней привлекательностью не может скрываться тяжелая судьба, разочарование и постоянно преследующее сомнение. София Коппола показывает, что это не так. Все имеют право на чувства – счастье, а порой и печаль.

Образ женщины в русском кинематографе

Важно отметить, что этот переход к женщине-героине происходит по-разному в российском и зарубежном кинематографах, но все-таки общая тенденция сохраняется.

Зачастую женщину показываю в противоречии, будто она не может просто так быть главным персонажем, ее деятельность должна находиться в конфликте с личной жизнью, с детьми и так далее. Женщину выдвигают на передний план при условии, что ее жизнь крутится вокруг мужчин и детей, холостые мужские персонажи средних лет не вызывают столько вопросов как такие же женские образы. Люди привыкли, что женщина должна быть или женой, или матерью, долгое время это диктует в том числе и массовая культура, поэтому зрители сами того не осоз-

новая задаются вопросами о личной жизни героини, даже если это не является важной частью сюжета. Подобное восприятие сформировано множеством укоренившихся гендерных стереотипов, которые все еще являются частью общественного сознания.

О.С. Селиванова в своей работе «Образ женщины в массовой культуре современной России» рассматривает две полярные тенденции в демонстрации женщин в культуре. Первая тенденция связана с образом семейной женщины, о котором мы уже упоминали ранее. Женщина не может быть счастлива без мужчины и детей, именно такой тезис продвигает массовая культура. В современном кинематографе зачастую показываюся героини, которые не стремятся к самореализации, карьере, их устраивает роль домохозяйки, жены, матери. Второй же тенденцией является демонстрация сексуальной привлекательности женщин. Женщина должна быть красивой, сексуальной, ухоженной, она должна ходить по салонам, должна красиво одеваться, именно тогда ее выберет мужчина. Во многих кинокартинах можно увидеть объективизацию женщины, на нее смотрят как на украшение, сексуальный объект или тень мужчины. Однако стоит отметить, что две эти тенденции тесно связаны и переплетаются, зачастую нам показывают образ привлекательной женщины, ориентированной на создание семьи.

Говоря о материнстве, хочется отметить, что во многом современный кинематограф стал чаще демонстрировать проблемы матерей, но все равно еще довольно редко можно увидеть на экране героиню, которой психологически тяжело дается материнство. Многие женщины в реальной жизни сталкиваются с проблемами, о которых не говорят на экране: нежелание постоянно быть рядом с ребенком, усталость от своих собственных детей, страх быть неправильной или плохой матерью, раздражительность, агрессия по отношению к детям и так далее.

Мы уже затронули тему привлекательности женских персонажей в кинематографе, в этом вопросе стоит остановиться на понятие красоты. Во многих фильмах можно встретить некий повторяющийся троп, который связан с четкой и устойчивой взаимосвязью красоты и счастья женщины. Можно вспомнить десятки картин, в которых женщина из гадкого утенка превращается в прекрасного лебедя, находит свою любовь и в ее жизни все налаживается. А.Е. Парфенова в статье в «Образ женской кра-

соты в современном западном кинематографе» вспоминает следующие фильмы с похожим сюжетом: «Она неуправляема» 1989, США; «У зеркала два лица» 1996, США; «Это все она» 1998, США; «Мисс Конгениальность» 2000, США, Австралия; «Как стать принцессой» 2001, США; «Советы с того света» 2011, США. В российском кинематографе в пример можно привести такие картины, как «Не родись красивой» 2005–2006; «Я худею» 2018. Подобные героини могут формировать у зрителей представление, что женщина должна всегда быть красивой.

Авторы уже отмечали, что современный кинематограф с каждым днем все больше и больше приближает женские образы к равенству с мужскими персонажами. В этом смысле важно также поговорить о возрасте современных женских персонажей. Сейчас все чаще в фильмах и сериалах можно увидеть героинь старше сорока, которые не играют роль мамы главного героя, а берут на себя главную действующую или же значимую роль. Однако нельзя забывать, что во многом от женских персонажей все еще ждут идеализированной картинки, поэтому многие актрисы критикуются за неподходящий внешний вид, неподходящий возраст и так далее.

Несмотря на успешную модернизацию образа женщины в киноиндустрии и культуре в целом, существует много нерешенных проблем, искажающих личность и вымышленной женщины, и реальной. Сексуализация как аспект удовлетворения желаний мужской аудитории прослеживается в преобладающем большинстве современных кинокартин. В данной работе мы осветили наиболее распространенные проблемы, связанные с нереалистичностью женских образов, с их стандартизацией и типизацией.

Однако не только женщины заинтересованы в реалистичной и разносторонней репрезентации в современной культуре, мужчины также подвержены влиянию со стороны женских образов. Поддержка избавления от стереотипов, связанных с женскими образами в культуре, способна улучшить жизнь и женщин, и мужчин, ведь чем реалистичнее будут показаны женщины, тем меньше в обществе будет мнимых ожиданий, а следовательно, и меньше осуждения и разногласий.

Литература

1. *Парфенова А.Е.* Образ женской красоты в современном западном кинематографе // Science Time. 2015. №6 (18). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/obraz-zhenskoy-krasoty-v-sovremennom-zapadnom-kinematografe>
2. Супергероиня и бунтарка: женский образ в современном кинематографе // Супергероиня и бунтарка: женский образ в современном кинематографе — Новости — Студенческий журнал «Своими словами» — Национальный исследовательский университет «Высшая школа экономики» (hse.ru)
3. *Ярская-Смирнова Е.Р.* Гендер, власть и кинематограф: основные направления феминистской кинокритики // ЖССА. 2001. №2. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/gender-vlast-i-kinematograf-osnovnyie-napravleniya-feministskoy-kinokritiki>
4. *Лаура Малви* ВИЗУАЛЬНОЕ УДОВОЛЬСТВИЕ И НАПРАВИТЕЛЬНЫЙ КИНЕМАТОГРАФ *Laura_Malvi.pdf* (hse.ru)
5. *Герасименко И.Е.* "мужской взгляд" и теория феминистского кино // Гуманитарные ведомости ТГПУ им. Л. Н. Толстого. 2017. №4 (24). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/muzhskoy-vzglyad-i-teoriya-feministskogo-kino>

Гендерные аспекты семейной жизни и воспитания детей

Коновалова Е. Р., Соколова Д. С.

Научный руководитель: Силласте Галина Георгиевна, доктор философских наук, профессор, Заслуженный деятель науки РФ, руководитель Научной школы "Гендерная и экономическая социология", Финансовый университет при Правительстве РФ, г. Москва

Гендерные аспекты семейной жизни и воспитания детей являются важной и актуальной темой в современном обществе. Они охватывают широкий спектр вопросов, связанных с ролями мужчин и женщин в семье, распределением обязанностей, влиянием гендерных стереотипов на воспитание детей, а также влиянием таких факторов, как роль матери и отца, на формирование личности ребенка. Гендерные аспекты семейной

жизни имеют значение для понимания динамики внутри семьи и ее влияния на формирование личности членов семьи, особенно детей.

Гендерные аспекты семейной жизни, распределение обязанностей между мужчиной и женщиной

В семейной жизни раньше часто считалось, что мужчина - добытчик, а женщина - заботливая хранительница домашнего очага. Но сегодня всё меняется. Многие семьи выбирают равноправие, где и мужчины, и женщины делят обязанности по дому и воспитанию детей. Это позволяет семьям быть более гибкими и проводить больше времени вместе. Равноправие в распределении обязанностей в семье между мужчиной и женщиной проявляется через согласование и справедливое разделение ответственностей и обязанностей между партнерами. Это может включать равное участие в уходе за детьми, выполнение домашних дел, участие в финансовых обязанностях и принятие совместных решений. Важно, чтобы обе стороны чувствовали себя уважаемыми, поддержанными и имели равные возможности для самореализации как в семейной жизни, так и во внешних делах.

В современной западной культуре, где "работа - дом" становятся ключевыми разделителями, мужчинам традиционно важно быть успешными профессионалами. Семья часто становится чем-то второстепенным. Это проявляется через сосредоточенное стремление к карьерному росту и успеху, приоритет обеспечения материальных средств для семьи перед участием в семейной жизни, а также недостаточное внимание и время, уделенное уходу за семьей и участию в ее жизни. В результате мужчины могут чувствовать себя отчужденными от своих семей в погоне за карьерным успехом. У женщин, в свою очередь, ложится ответственность за дом и воспитание детей, хотя профессиональная деятельность также допускается.

Влияние гендера также ощущается в воспитании детей. Отношения между родителями могут формировать половую идентичность у детей. Равноправные примеры и понимание, что различия в поле не ограничивают возможности, играют важную роль в их развитии.

Формирование гендерной идентичности

Гендерная идентичность начинает формироваться с рождения, и гендерная социализация стремится соответствовать общественным пред-

ставлениям о "мужском" и "женском". Этот процесс развивается с возрастом, принимая центральное место в самосознании в подростковом возрасте. Важно понимать, что эта идентичность может трансформироваться на различных этапах жизни.

Формирование гендерной идентичности является сложным и многоступенчатым процессом, который включает в себя взаимодействие различных факторов, таких как биологические, социальные, культурные и психологические аспекты. Основные элементы формирования гендерной идентичности включают:

1. Биологические факторы: Гендерная идентичность может быть вызвана физиологическими особенностями человека, такими как гормональный баланс, генетические аномалии или анатомические особенности.

2. Социальные и культурные факторы: Различные социальные и культурные нормы и ожидания могут оказывать влияние на формирование гендерной идентичности. Воспитание, образование, среда обитания и взаимодействие с окружающими людьми формируют представления о том, что значит быть мужчиной, женщиной или принадлежать к другому гендеру.

3. Психологические факторы: Личностные особенности, индивидуальный опыт и самовосприятие влияют на формирование гендерной идентичности. Это может включать в себя процесс осознания своего гендерного самовыражения и поиска своего места в обществе.

Формирование гендерной идентичности является уникальным процессом для каждого человека и может изменяться в течение жизни под воздействием нового опыта, изменений социальной среды и развития личности.

Посмотрим на Шайло, дочь Брэда Питта и Анджелины Джоли. В 2008 году Брэд сообщил, что она хочет, чтобы её называли Джоном и мечтает о смене пола. Возможно, это связано с недостатком внимания со стороны матери, особенно учитывая, что Шайло с самого начала получала меньше внимания, чем её усыновленные братья и сестры. Также роль отца, особенно после развода, стала для неё особенно важной. Шайло стала чаще появляться на публике именно с Брэдом Питтом. Эти изменения могли повлиять на её стремление к изменению пола.

Влияние семейных взаимоотношений на формирование гендера

Семейные взаимоотношения в этом контексте могут быть оценены с точки зрения функционально-ролевой согласованности и социально-ролевой адекватности. Внутрисемейное взаимопонимание, взаимопомощь и взаимотерпение играют важную роль в семейном взаимодействии. Социально-ролевая адекватность также важна, учитывая ожидания ролей в семье. От каждого члена семьи ожидается определенное поведение, и несоответствие этим ожиданиям может вызвать противоречия.

Касаюсь родительской ответственности, различия в подходах матерей и отцов могут влиять на формирование личности ребенка. Женское доминирование может привести к излишней концентрации на ребенке, тогда как мужская позиция доминирования может подавить волю ребенка. Различия между матерями и отцами проявляются в использовании лидерских стилей, чувствительности к эмоциям детей, проявлении власти и дисциплине. Взаимодействие супругов при воспитании детей может варьироваться от комбинирования усилий до тайного разрушения влияния одного из родителей. Эти стратегии могут оказать влияние на воспитание и формирование личности ребенка.

В исследованиях выявлено, что отцы в два раза чаще поддерживают мать, создавая баланс в воспитании. Это может быть обусловлено тем, что мать активнее занимается ребенком, и супруг считает, что она более компетентна. Возможно, женщины стремятся решать конфликты, выражая свою обиду на мужчин за неучастие в воспитании детей и ведении домашнего хозяйства.

В ходе эмпирических наблюдений выявлены различные стратегии взаимодействия супругов при воспитании детей:

1. Комбинирование усилий: Родители вместе ведут линию воспитания, взаимно поддерживая и дополняя друг друга.
2. Роль помощника: Отец выступает в роли помощника матери, поддерживая ее в главной роли воспитателя.
3. Демонстрация власти: Отец использует ребенка для подчеркивания своей власти над матерью, выражая превосходство в различных ситуациях.
4. Тайное разрушение влияния: Мать тайком подрывает влияние отца на ребенка, давая ему разрешение на то, что было запрещено отцом.

5. Посредничество матери: Мать становится посредником между отцом и ребенком, помогая им наладить отношения в случае недостатка времени или понимания.

6. Разные цели воздействия: Родители преследуют разные цели при воздействии на ребенка, где мать может уделять внимание текущему состоянию, а отец заботится о будущем ребенка.

Заключение

Разнообразие стратегий в воспитании и отношениях внутри семьи действительно формирует различные типы гендерных взаимоотношений. Некоторые подходы способствуют сближению полов, в то время как другие могут вызывать конфронтацию. Сегодня понятие "семья" претерпело изменения, отражая гибкость этого социального института. Важно, чтобы семья оставалась значимым аспектом жизни для каждого, и каждый выбирает свою модель поведения и взаимодействия внутри неё. Это разнообразие внутри семей подчеркивает её способность адаптироваться к различным потребностям и ценностям каждого члена. Таким образом, семейные стратегии не только формируют гендерные роли, но и определяют общий характер взаимодействия. Важно сохранять баланс между индивидуальной свободой и уважением к потребностям других, чтобы создать гармоничное семейное окружение.

Литература

1. *Клёцина И.С.* Гендерная социализация. СПб., 1998.
2. *Кон И.С.* Этнография родительства. – М., 2000
3. *Торохтий В.С.* Психология социальной работы с семьей. – М.: Изд-во ЦСП РАО, 1996.
4. *Векилова С.А.* Психология семьи: учебник и практикум для академического бакалавриата. М.: Юрайт, 2016. 308 с.
5. *Захаров С. В.* Трансформация брачно-партнерских отношений в России: «золотой век» традиционного брака близится к закату? // Родители и дети, мужчины и женщины в семье и обществе / под науч. ред. Т. М. Малевой, О. В. Синявской. М.: НИСП, 2007. С. 75–126.

Гендерные стереотипы в массовой культуре: влияние на поведение и самооценку

Позднякова Е. А., Андреева А. А.

Научный руководитель: Каменева Татьяна Николаевна, доктор социологических наук, доцент, Профессор Департамента социологии Факультета социальных наук и массовых коммуникаций

Финансовый университет при Правительстве РФ, г. Москва

Средства массовой информации накладывают отпечаток на все сферы жизнедеятельности людей. Часто они являются одними из главных источников социализации вместе с семьей и образовательными учреждениями. Вся информация, исходящая из СМИ, проникает в сознание и способствует формированию установок, суждений и стереотипов. Благодаря этому люди выстраивают свое отношение к происходящей действительности.

В первую очередь стоит разобраться, что такое гендер и гендерные стереотипы. Гендерные стереотипы представляют из себя общепринятые представления о мужчинах и женщинах в условиях современного мира. Важно понимать разницу между терминами «гендерные стереотипы» и «гендерная роль». Первые определяются как социально конструируемые категории «маскулинности» и «фемининности», которые подтверждаются поведением, распределением ролей и статусов мужчин и женщин в обществе. В то время как гендерная роль определяет ожидаемые образцы поведения для каждого пола.

Такие стереотипы зачастую формируются под воздействием социокультурных факторов и поддерживаются психологическими потребностями человека соответствовать общепринятым нормам, обеспечивая ощущение целостности и непротиворечивости в социуме.

Гендерные стереотипы, казалось бы, непоколебимы и постоянны. Отношение к выражению мужской сентиментальности, эмоций и слез в современном обществе, аналогично представлениям прошлых эпох, продолжает ассоциироваться с некой «слабостью». Но кто же тогда этот «настоящий мужчина»? Издревле он представлялся как охотник, глава семьи и символ силы, возможно, даже власти. Мы видим в нем качества, которые подчеркивают его могущество: сила, яркие эмоции, такие как гнев.

Он рассматривается как более рациональный, безэмоциональный, грубый, справедливый и менее чувственный по сравнению с женщиной. Точно так же сохраняется стереотип о женщине как «хранительнице семейного очага» и ее предполагаемом месте на кухне. Несмотря на это, гендерные стереотипы находятся в постоянном изменении, так как общество, как и социокультурная среда, находятся в постоянном движении. Гендерные стереотипы формируются очень долгое время, избавиться от них проблематично, даже если общество осознает их негативное влияние. Все они обладают эмоциональным оттенком, внося оценочные элементы, будь то чувственность и слабость, приписываемые женщинам, или грубость и самообладание, связанные с мужчинами. Эти оценки придают гендерным стереотипам определенные значения, что может влиять на восприятие женщин и мужчин в обществе [1]. Термин «массовая культура» в современной культурологии относится к форме духовного производства, которая ориентирована на «среднего» потребителя. Такая ориентированность позволяет добиться широкого распространения продукта.

Начнем с того, что в период репрессий и тяжелых испытаний у редакторов особенно актуальными стали женские образы. В частности, в период 1937–1938 годов в ведущем журнале страны «Огонек» практически отсутствовали материалы, посвященные политической жизни, зато на его страницах были представлены изображения советских женщин, причем их количество превышало 80%. Публиковались «рабочие» женщины, трактористки и девушки, снявшие паранджу. Они изображались улыбающимися и счастливыми. «Женский вопрос» являлся одной из любимых тем изданий того времени. [2].

В современном мире образ труженицы колхоза, матери с большим количеством детей, которая несет ответственность за все, стал менее актуален. На смену ему пришли новые женские амплуа: сильная, независимая, самодостаточная бизнесвумен и «роковая красавица», которая может покорить любого мужчину своей харизмой и умением добиваться поставленных целей.

Самое активное влияние на формирование гендерных стереотипов в настоящее время оказывает интернет. В интернете присутствует бесчисленное количество сайтов, блогов и т. д., где находится информация на маскулинную и фемининную тематику. Важно отметить, что информа-

ция, подаваемая интернетом, не содержит цензуры, что оказывает существенное влияние на формирование гендерных стереотипов.

В ходе анализа гендерных стереотипов в интернете исследователь Гайфуллин А.Н. пришел к следующему выводу: было обнаружено, что мужчины ориентированы на такие аспекты, как осуществление материальной поддержки семьи, умение защитить и интерес к женской сексуальности. В то же время, у женщин наблюдаются стремление к эстетической оценке внешности, превращение в объект сексуального влечения, осознание собственной сексуальности и материнство. [3].

Гендерные стереотипы и типичные образы мужчин и женщин активно укрепляются и пропагандируются в массовых средствах развлечения, таких как литература и кино. Это особенно видно, если обратить внимание на образы женских персонажей в классической русской литературе.

Поэт и публицист В. С. Соловьев разрабатывает концепцию Софии – образа вечно-женственной девушки, божественной и премудрой. Эта концепция содержит в себе множество гендерных стереотипов. Концепцию Софии можно заметить, например, в образе тургеневских девушек: Татьяне Лариной, Соне Мармеладовой. Кроме того, концепция очень ярко прослеживается в героине произведения Л. Н. Толстого – Наташе Ростовой – она представлена как отличная мать и верная жена. [4].

Таким образом, массовая культура не только активно отражала существующие гендерные стереотипы, но и поддерживала их, иногда даже не осознавая этого. Средства массовой информации и популярная культура задают вектор, на который полагаются медиапродукты.

Несмотря на это, в современном мире массовая культура, в большинстве своем, стремится к разрушению сложившихся стереотипов, к увеличению значимости женщин и меньшинств. Общество все дальше отходит от привычных взглядов на феминность и маскулинность и продвигает идеи об уникальности каждого человека, избегая стереотипы.

Литература

1. Бученкова Э.О. Влияние гендерных стереотипов на восприятие рекламы // Наука. Общество. Государство – 2019. – № 3 (27). – С. 144–149.

2. *Гаспарян Г.Р.* Влияние гендерных стереотипов на восприятие рекламного сообщения / Г.Р. Гаспарян // Молодой ученый. – 2023. – № 25 (472). – С. 134–136.

3. *Соколова Е.А.* Гендерные стереотипы в современных СМИ как инструмент коммуникации / Е. А. Соколова // Известия Уральского федерального университета. Сер. 1, Проблемы образования, науки и культуры. – 2013–№ 1 – С. 71–77.

4. *Кузнецова В. В.* София как образ вечной женственности в философии В. С. Соловьева // Известия Саратовского университета. 2013. № 2. С. 38–42

5. *Малахаева С. К., Пашенцева А. А.* Гендерная идентичность в условиях современного мира // Молодой ученый. – 2021. – № 23 (365). – С. 474–478.

Образ городской джентрификации в гендерном срезе

Радченко Е. А., Исмаилова А. Р.

*Научный руководитель: Наберушкина Эльмира Кямаловна,
доктор социологических наук, профессор.*

Финансовый университет при Правительстве РФ, г. Москва.

Город является средой обитания современного человека, которую тот модернизирует. На 2023 год в Москве существует 188 проектов Комплексного развития территорий, в рамках которых жители получают новые площади недвижимости и новые пространства с необходимой инфраструктурой. Эта тенденция получила название джентрификация – капиталовложения в городское пространство для увеличения имиджа его привлекательности для жителей. Гендерная принадлежность является детерминирующим фактором, влияющим на поведение и ощущения горожан в пространстве. Подобные различия обусловлены как физиологическими особенностями женского и мужского организма, так и социальными ролями, выполняемыми женщинами [1].

Так, цель данной работы – проанализировать специфику гендерного восприятия джентрифицированных районов.

Сам термин джентрификация (от англ. gentrification) имеет корень «gentry», и в переводе означает дворянство [6]. Эта отсылка отражает смысл процесса: перестроить бедные и рабочие районы под нужды состоятельных людей. По Е. Трубиной джентрификация - процесс создания городского пространства для состоятельных слоев населения, что в корне своём несправедливо и порождает городскую сегрегацию [3].

Исследователи, занимающиеся джентрификацией в Москве, разделяют её на 2 фазы: непосредственная (1993–1998) и опосредованная (с 1998 года) [3]. Во второй фазе описывается особый договор девелоперов и города, в рамках которого первые получили право на строительство, а город – 50% площадей.

Специфика джентрификации в Москве ставит вопрос о том, какие именно районы считать её отражением [7]. В рамках данной работы мы будем считать примером джентрификации – кварталы жилых комплексов, созданных с нуля. А так как нас интересует, насколько новые районы комфортны женщинам и мужчинам, мы обращаемся к теориям урбанфеминизма, анализ которых позволяет вывести базовые потребности горожанок, которые должны быть учтены при проектировании ЖК [1, 2]:

- доступность пешеходной инфраструктуры (зачастую женщины ходят пешком, а под доступностью понимается не только грамотное проектирование положения тротуаров, но и их безопасность, что особенно актуально зимой);

- наличие общественных туалетов (так как ввиду физиологии, женщины чаще мужчин нуждаются в удовлетворении базовых потребностей);

- безопасность (коррелирует с уровнем освещённости территорий и их обозримостью);

- парковые зоны;

- деловая инфраструктура (так как некоторые исследователи отмечают, что жизнь женщин локализована в пределах одного района, у женщин и девушек должна быть возможность для развития своего профессионального потенциала);

- спортивная инфраструктура (нужна не только женщинам, но и мужчинам, подразумевает спортивные клубы и бесплатные городские площадки для занятий спортом);

- досуговая инфраструктура (пространство для досуга формирует креативный потенциал жителей) [4].

Мы провели 14 глубинных интервью с жителями ЖК района Строгино, как одного из самых благополучных и спокойных в Москве, чтобы выяснить его образ глазами жильцов, при этом обращая внимание на гендерную разницу в восприятии и удовлетворение выведенных выше потребностей [5].

Выборка информантов по полу поделена 1:1, примерный возраст 21–23 года. Территориально информанты живут в ЖК Янтарный город, далее – «ЯГ» (3 М и 2 Ж), ЖК Спутник, далее – «С» (3 Ж и 2 М), ЖК Альбатрос, далее – «А» (2 М и 2 Ж). Поиск информантов осуществлялся методом снежного кома. На основе проведенных глубинных интервью, методом осевого кодирования, нами были выведены доминирующие модели гендерного потребления пространств ЖК и района Строгино в целом.

- Модель «Зеленый район для всех»: жители Строгино отмечают его красоту, все с любовью и теплом отзываются о том, что район буквально утопает в парках и растительности, кроме того, окружен Москвой-рекой. О наличии парка в 5-ти минутах от дома говорят жители всех ЖК («В Строгино есть четыре стороны: три из них зеленые, четвертая – это МКАД. <...> даже во двориках все очень озеленено <...> легко можно добраться до любых зеленых зон или погулять с детьми безопасно» - м., ЖК «ЯГ»);

- Модель «Светлый и безопасный район для всех»: несмотря на то, что несколько информантов отмечали неосвещенные локации, которые они стараются избегать или в которых им становится некомфортно в темное время суток, район всё равно воспринимается как «светлый», «благополучный» и «комфортный». Безопасность связана с контингентом на улицах районах, на который чаще обращают внимание парни: «Ну может около одного из выходов метро лучше не появляться, потому что там все время «алкашня» и еще что-то» - м., ЖК «ЯГ»; «Раньше у нас были места, популярные среди гопников и других агрессивных людей <...> сейчас нет мест, по которым мне было бы нежелательно ходить, район стал намного спокойнее...» - м., ЖК «А»;

- Модель «Пешеходный район для всех»: логистика внутри района и связывающая его с «внешним миром» развита хорошо, хотя информантам хотелось бы усовершенствовать трамвайные пути между окраинами района. Лишь в ЖК «Спутник» с транспортом, везущим людей в город, возникают сложности: «Транспорт... По пятибалльной шкале, я бы поставила 3. У нас только маршрутки, а это в принципе медленный общественный транспорт. <...> их мало, у них нет расписания, можно простоять около 30 минут, что не очень удобно, иногда проще дойти пешком» - ж., ЖК «Спутник»;

- Модель «Мужской район такси»: когда дело касалось выбора вида способа перемещения по городу, именно мужская половина информантов говорила о том, что часто пользуется такси. Девушки же перемещаются либо пешком, либо на общественном транспорте;

- Модель «Мужской район спорта и общественных спортивных площадок»: именно мужчины говорили о спортивной инфраструктуре, они в целом больше знают о ней, обращают на неё внимание, и ею пользуются - на общественных городских площадках в основном видят мужчин и юношей, в секциях по плаванию, теннису, боевых секциях преобладают мальчики и юноши;

- Модель «Женский район творчества»: именно девушки становятся пользовательницами досуговой инфраструктуры и креативной инфраструктуры районов. Они, при наличии времени, ходят в танцевальные студии, художественные студии, дома культуры и так далее.

- Модель «Женский район кофеен и йоги»: излюбленные места девушек – кофейни, причём в основном они заходят туда по пути на работу/учебу. Что касается спорта и активного образа жизни, студии йоги на районе – женская среда;

- Модель «Холодный город»: перемещения по району и городу в целом сильно зависят от сезона – зимой горожане предпочитают сидеть дома, не только из-за плохой погоды и отсутствия надобности входить из дома, но и из-за снега и гололёда: «Зимой... ну аллеи в целом убирают достойно, но дворы и дороги плохо очищены» - м., ЖК «А»; «Пешком могу добраться, но это вызывает некие трудности начиная от холодной погоды, заканчивая гололёдом» - ж., ЖК «С».

В целом район справляется с удовлетворениями потребностей: во всех заведениях Строгино есть общественный туалет, а в ЖК «Спутник» он находится даже в подъездах: «Почти в каждом заведении есть туалет, даже в лобби в каждом подъезде» - ж., ЖК «С». Деловая инфраструктура района тоже развита довольно хорошо: можно найти работу, начиная от обслуживающего персонала, и заканчивая трамвайными депо и деловыми центрами. Но жители считают Строгино не деловым, а спальным. Не потому, что там нет работы, просто для живущих в нём горожан облик района связывается с местом для «семейного гнезда и очага», района, где хорошо воспитывать детей: «Строгино, так сложилось, что это спальный район все-таки больше, и люди там, ну, заводят семью, живут и умирают» - м., ЖК «ЯГ».

ЖК «Янтарный город» и ЖК «Спутник» являются яркими примерами джентрификации. В случае с ЖК «Янтарный город», застройщик и город заключили так называемый особый контракт, в рамках которого девелопер получил право на строительство ЖК при условии реставрации прилегающего парка, строительства корпуса ВУЗа, государственного детского сада, а также спорткомплекса. ЖК «Спутник» находится от Строгино «по другую сторону МКАДа» и представляет собой «город в городе». Однако, квартал страдает от непродуманной транспортной связи с самим Строгино.

Таким образом, район Строгино в целом действительно комфортен для жизни и удовлетворяет потребности горожан, ЖК «Янтарный город» и «Спутник» являются яркими примерами джентрификации. Тренды городского потребления женщин – общественный транспорт, кофейни, досуговые центры, парки, освещенные и очищенные от снега улицы. У мужчин - такси, общественный транспорт, спортивные площадки, парки, освещенные и очищенные от снега улицы.

Литература

1. Керн Л. Феминистский город. Полевое руководство для горожанок. - Ад Маргинем, 2023. 256 с.
2. Кэрлайн Криадо Перес. Невидимые женщины: почему мы живем в мире, удобном только для мужчин. - Альпина Паблишер, 2020. 496 с.

3. Трубина Е. Г. Город в теории: опыты осмысления пространства / Елена Трубина. — М.: Новое литературное обозрение, 2011. — 520 с.: ил.
4. Черняева Т. И. Архитектоника социального пространства. Саратов, 1999
5. Лучший из спальников. Почему Строгино — идеальный район для экономной жизни в Москве // Яндекс.Недвижимость. — URL: <https://realty.ya.ru/journal/post/luchshiy-iz-spalnikov-pochemu-strogino-eto-idealnyy-rayon-dlya-ekonomnoy-zhizni-v-moskve/>
6. Glass R. London: Aspects of Change. L.: MacGibbon & Kee, 1964.
7. Smith N. Toward a theory of gentrification: A back to the city movement by capital // Lees L., Slater T., Wyly E.K. (eds) The Gentrification Reader. - L.; N.Y.: Routledge, 2010. - P. 85-98.

**Социогендерная интеграция: преодоление стереотипов
и создание равноправных социальных отношений между
мужчинами и женщинами**

Сижажева Л. А.

*Научный руководитель: Шихгафизов Пирмагомед
Шихмагомедович, кандидат социологических наук, доцент
Финансовый университет при Правительстве РФ, г. Москва.*

В данной статье будет рассмотрена проблематика социогендерной интеграции, которая включает в себя процессы взаимодействия и взаимодополняемости мужчин и женщин в социальных сферах. Будет обсуждаться влияние социокультурных стереотипов на формирование ролей и ожиданий в отношении полов, а также их влияние на социальные процессы и демографические общности. Основной акцент будет сделан на необходимости преодоления гендерных неравенств и создания равноправных условий для мужчин и женщин в обществе. Будут предложены практические рекомендации и стратегии, направленные на достижение социогендерной интеграции и устранение дискриминации на основе пола.

Современный мир отличается от прошлых эпох во многих аспектах. Он стал более глобализованным, связанным и информационно насыщенным. С развитием технологий и коммуникаций люди стали более свя-

занными и доступными друг другу, что привело к увеличению международных связей и обмену культурой, идеями и технологиями.

Технологический прогресс существенно изменил нашу жизнь. Мы стали зависеть от смартфонов, интернета и социальных сетей, которые предоставляют нам доступ к огромному объему информации и возможностей. Технологии также изменили способы работы, образования, здравоохранения и развлечений. Однако современный мир также стал свидетелем ряда вызовов и проблем. В нашем обществе существуют множество предрассудков и ожиданий, связанных с полом, которые ограничивают возможности и свободу выбора для каждого индивида. Целью социогендерной интеграции является создание общества, где каждый человек имеет равные возможности и права независимо от своего пола. Первоначально, давайте разберемся в терминологии.

В 1980-х годах началось признание того, что пол не является просто биологической категорией, а также включает социальные и культурные аспекты. Термин "гендер" был введен, чтобы отделить эти социальные и культурные аспекты от биологического пола.

Признание того, что разные социальные и культурные характеристики могут быть приписаны одному и тому же биологическому полу, открывает возможность для изучения и понимания того, как гендерные роли и выражение гендера формируются и меняются в разных обществах и культурах.

Использование термина "гендер" вместо "пола" в социальных науках позволяет более точно описывать и анализировать социальные и культурные аспекты пола, а также понимать, как эти аспекты взаимодействуют с биологическими характеристиками. Это важно для более глубокого понимания гендерных неравенств, стереотипов и дискриминации, а также для разработки стратегий по их преодолению. Гендерная равноправность и уважение к разнообразию гендерных идентичностей и выражений становятся основополагающими принципами общества.

Преодоление гендерных стереотипов — это один из ключевых аспектов социогендерной интеграции. Гендерные стереотипы — это предрассудки и ожидания, связанные с ролями, поведением и характеристиками, которые общество приписывает мужчинам и женщинам. Например, мужчинам часто приписываются такие качества, как сила, агрессивность и

решительность, в то время как женщинам - нежность, заботливость и подчиненность. Эти стереотипы ограничивают свободу выбора и возможности для каждого пола.

Стереотипы связаны с представлениями и ожиданиями, которые люди имеют о различных гендерах. Они могут быть положительными или отрицательными и влиять на то, как люди воспринимают и взаимодействуют с другими людьми на основе их гендера. Стереотипы могут оказывать сильное влияние на формирование гендерных ролей и ожиданий в обществе.

Например, стереотипы о том, что мужчины должны быть сильными и агрессивными, а женщины — заботливыми и подчиненными, могут ограничивать свободу выбора и самовыражения для обоих полов.

Важно понимать, что гендерные роли и выражение гендера являются социальными конструкциями и могут различаться в разных культурах и обществах. Они не должны быть жестко определены и ограничены. Социогендерная интеграция стремится к тому, чтобы каждый человек имел свободу выбора и мог выражать свою гендерную идентичность и выражение в соответствии со своими личными предпочтениями.

Равноправие в контексте гендера означает отсутствие дискриминации и неравенства на основе гендерной идентичности или выражения. Это включает в себя равные возможности, доступ к ресурсам, участию в принятии решений и уважение к правам и достоинству каждого человека, независимо от их гендера.

На пути к социогендерной интеграции существуют различные препятствия. К ним относятся культурные и социальные нормы, экономические факторы, отсутствие доступа к образованию и занятости, а также неравные возможности в политике и принятии решений. Эти факторы поддерживают гендерные неравенства и мешают достижению равноправия. Достижение гендерного равноправия и преодоление стереотипов требует усилий на разных уровнях общества, включая правовые и политические изменения, образование и осознание, а также создание инклюзивной и поддерживающей среды для всех гендеров. Это важные аспекты для создания более справедливого и равноправного общества.

Социогендерная интеграция стремится к созданию равноправных социальных отношений между мужчинами и женщинами. Она основана на

принципе равенства и уважения к правам и возможностям каждого человека, независимо от его пола. Равноправие между полами способствует развитию общества, поскольку позволяет полностью использовать потенциал всех его членов.

Для достижения социогендерной интеграции необходимо преодолеть стереотипы и создать равноправные условия для мужчин и женщин. Это можно сделать путем проведения информационных кампаний, образования и осведомленности о гендерных вопросах. Также важно создать политические и правовые рамки, которые гарантируют равные возможности и защиту прав каждого человека, независимо от его пола.

Необходимо проводить информационные кампании, направленные на преодоление гендерных стереотипов и пропаганду равноправия. Средства массовой информации, социальные сети и другие платформы могут быть использованы для просвещения общественного мнения и формирования позитивного отношения к разнообразию гендерных идентичностей и выражений.

Вот несколько интересных фактов об этой теме:

1. Стереотипы о половых ролях формируются с детства и могут оказывать значительное влияние на поведение и ожидания людей в отношении себя и других.

2. Социальные и культурные факторы играют большую роль в формировании гендерных стереотипов. Например, в разных культурах существуют различные ожидания и роли для мужчин и женщин.

3. Социогендерная интеграция стремится к тому, чтобы люди имели равные возможности и права независимо от их пола. Это включает доступ к образованию, работе, политическому участию и другим сферам жизни.

4. Социогендерная интеграция также подразумевает признание и уважение разнообразия гендерных идентичностей и выражений, включая трансгендерных и небинарных людей.

5. Один из основных инструментов социогендерной интеграции – это образование и просвещение. Через образовательные программы и кампании можно бороться со стереотипами и расширять понимание о гендерных вопросах.

6. Социогендерная интеграция имеет положительный эффект на общество в целом. Равноправие и уважение к разнообразию полов способствуют созданию более справедливого и гармоничного общества.

7. Важно отметить, что социогендерная интеграция – это длительный процесс, требующий участия всех членов общества. Каждый может внести свой вклад, преодолевая стереотипы и поддерживая равноправие.

Эти факты подчеркивают важность социогендерной интеграции и необходимость преодоления стереотипов для создания более справедливого и равноправного общества.

В целом, социогендерная интеграция является ключевым аспектом создания справедливого и равноправного общества. Преодоление гендерных стереотипов и создание равноправных социальных отношений между мужчинами и женщинами требует усилий со стороны всего общества. Только путем совместных действий мы сможем достичь социогендерной интеграции и создать более справедливый и равноправный мир.

Литература

1. Тёмкина А.А. Гендер, секс и феминизм: взгляд социолога. [<https://arzamas.academy/materials/959>]

2. Силласте Г. Г. Гендерная социология: состояние, противоречия, перспективы. [Силласте Г. Г. Гендерная социология: состояние, противоречия, перспективы1 (studfile.net)]

Образ семьи в российском рекламном телевизионном контенте

Трусова К. А.

Научный руководитель: Силласте Галина Георгиевна, доктор философских наук, профессор, Заслуженный деятель науки РФ, руководитель Научной школы "Гендерная и экономическая социология" Финансовый университет при Правительстве РФ, г. Москва.

В современном обществе реклама является неотъемлемой частью нашей повседневной жизни, и телевизионный контент играет особую роль в её распространении. Рекламные ролики, которые заполняют наши экраны, стремятся вызвать эмоциональную реакцию у зрителей и устано-

вить связь с целевой аудиторией. В этом контексте они часто обращаются к одной из самых дорогих и значимых ценностей в обществе – семье [1]. Рядом отечественных и зарубежных ученых подчеркивается, что институт семьи играет ключевую роль в обеспечении социально-экономической стабильности и культурного баланса государств, поэтому семейные ценности так часто транслируются через рекламу, а образ семьи можно все чаще видеть на экране.

С целью изучить, как изображается образ семьи в российской телевизионной рекламе, были проанализированы результаты социологического исследования, посвященного изучению образа семьи в современной ТВ-рекламе и проведенного методом контент-анализа в 2021 году [2]. Общее количество просмотренных рекламных сюжетов составило 6292, из которых 1346 содержали тот или иной образ семьи. Согласно полученным данным, образ семьи показывают в 21,4% рекламных роликах от общего числа. Причем чаще всего реклама, где демонстрируется семья, транслируется на таких российских каналах, как «СТС» (26,1% роликов), «Карусель» (23,7% роликов) и «Россия 1» (23,4% роликов).

Имеет смысл также рассмотреть, какой именно образ показывают в телевизионной рекламе. Как показали результаты исследования, одним из наиболее распространенных образов семьи в российской рекламе является «традиционная семья», включающая в себя мужчину, женщину и их детей. Причем было замечено, что в большинстве роликов (58,4% рекламных сюжетов) демонстрируется семья с одним ребенком, в 21,7% роликов – семья с двумя детьми, в 17,5% роликов – семья без детей и только в 2,4% рекламных сюжетов можно было увидеть семью с 3 и более детьми. Данный факт является довольно удивительным в силу того, что в последние несколько лет в медиа активно транслируется идея многодетности [3]. Например, в апреле 2023 года депутат Госдумы Дмитрий Гусев предложил показывать в рекламных роликах исключительно семьи с тремя или четырьмя детьми, что, по его мнению, позволит увеличить количество многодетных семей в России с 2 млн до 11 млн. [4].

Возвращаясь к результатам исследования, стоит обратить внимание, что был также произведен анализ основной эмоции рекламного видеоролика и психоэмоционального настроения семьи, которая показана в рекламе. Большинство роликов отражает такие эмоции, как радость (74

ролика), интерес (20 роликов) и сочувствие (17 роликов). Это может говорить о том, что рекламные ролики, в которых фигурируют представители семьи, стремятся вызвать у зрителей позитивную эмоциональную реакцию, а также ассоциировать свою продукцию с теплыми и приятными моментами семейного общения. Поэтому мы можем констатировать, что доверие к товару можно существенно повысить, используя образ семьи, так как он оказывает заметное эмоциональное воздействие на потребителя и внушает ему важность и необходимость покупки, то есть создает условия для стабильных, уверенных продаж. При этом, как отмечают эксперты, одним из ключевых достоинств использования образа семьи и семейных ценностей в рекламе является его универсальность: семья часто ассоциируется с положительным опытом и эмоциями, поэтому такая реклама подходит для всех групп аудиторий, независимо от возраста, пола или культурного происхождения [5].

Важно подчеркнуть, что визуализация семейных ценностей в рекламе может стимулировать продажи разнообразных групп товаров, однако чаще всего подобный образ используется для рекламы семейных товаров. По словам экспертов, образ семьи, как правило, демонстрируется в рекламе товаров и услуг семейного потребления, среди которых продукты питания (быстрые завтраки, детское питание и др.), лекарственные средства, бытовая химия, семейные путешествия, базы отдыха и т. д. [6]. Нельзя не вспомнить также про рекламу соков «Моя семья», которую часто показывали по телевизору в 2000-х и 2010-х годах и в которой демонстрировались забавные семейные истории, сближающие всех членов семьи и собирающие их за столом с любимым напитком. На сегодняшний день все чаще образ семьи можно заметить в рекламе автомобилей (например, Reno, Skoda, Toyota), где целью является показать безопасность, вместительность, комфорт и удобство современных транспортных средств.

Как уже было ранее упомянуто, в российской рекламе по большей части используется образ среднестатистической семьи, но важно подчеркнуть, что подобный образ семьи сильно идеализируется. Так, рекламная семья обычно состоит из родителей и нескольких детей, показывается как жизнерадостная, счастливая, улыбчивая, проживающая в большом светлом доме или в просторной квартире. В реальности же се-

мы в разной степени далеки от рекламного идеала. С одной стороны, понятна цель рекламы – показать зрителям красивую картинку и идеальную семейную жизнь, которая должна стать для них ориентиром, вызвать улыбку и чувство радости и с помощью положительных эмоций стимулировать людей выбрать конкретный рекламируемый продукт, который по сюжету рекламы является ключевым элементом для создания семейного счастья. Прослеживается желание рекламодателей использовать знакомые и узнаваемые форматы для привлечения внимания потребителей [7]. С другой стороны, все больше россиян находит такой идеальный образ семьи в рекламе неправдоподобным и раздражающим: так, например, по результатам опроса, который был проведен экспертами сервиса сквозной аналитики Calltouch в 2022 году, большинство россиян (80%) хочет видеть более жизненную рекламу, при этом 59% респондентов отметили, что их раздражает образ счастливой, жизнерадостной семьи без проблем [8]. Поэтому не исключено, что маркетологи пересмотрят свои взгляды на классический образ семьи, который демонстрируется в ТВ-рекламе уже многие годы, и введут новые тренды, которые сделают образ семьи более приближенным к реальности.

В заключение имеет смысл обозначить основные выводы, сделанные в ходе подготовки работы:

1. Образ семьи в рекламе играет ключевую роль в формировании представлений об идеалах и ценностях семейной жизни в российском обществе и имеет целью обеспечить поддержание института семьи и семейных ценностей, которые столь важны для современного общества;
2. Российская ТВ-реклама продолжает в большей степени представлять традиционный образ семьи, отражая консервативные ценности общества;
3. Большинство современных российских телевизионных роликов посвящены рекламе продуктов питания и нацелены вызвать позитивные эмоции и впечатления, демонстрируя единение всех членов семьи и теплые моменты семейной жизни;
4. В подавляющем большинстве случаев в состав демонстрируемой семьи в современной рекламе входят родители и один ребенок, однако не исключено, что в ближайшее время все большее распространение в медиа получит образ многодетной семьи с тремя и более детьми;

5. Образ семьи в российской телерекламе является идеализированным и неточно отображает семью в реальной жизни, что получает неоднозначную оценку в обществе.

Литература

1. *Ковалева А. В., Рыдзевская К. Г.* Отражение ценности семьи в коммерческой рекламе // ПРРИМПА. 2017. №16. [Электронный ресурс] URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/otrazhenie-tsennosti-semi-v-kommercheskoj-reklame>

2. *Климакова А.А.* Образ семьи в современной телевизионной рекламе (социологический анализ) // Конференция «Ломоносов – 2022». 2022. [Электронный ресурс] URL: https://lomonosov-msu.ru/archive/Lomonosov_2022/data/25724/138488_uid128505_report.pdf

3. *Карлов А., Мелякова Е.* «Вот сами и рожайте». Рынок креатива встречает многодетных // 47news. 2023. [Электронный ресурс] URL: <https://47news.ru/articles/228970/?ysclid=lp4b2f4ve858677950>

4. В России предложили показывать в семейной рекламе только многодетных // ТАСС. 2023. [Электронный ресурс] URL: <https://tass.ru/obschestvo/17435295?ysclid=lqakznago230563947>

5. *Автаева Н.О.* Семейные ценности в рекламном дискурсе телевидения и интернета // Вестник ВГУ. 2022. № 4. [Электронный ресурс] URL: <http://www.vestnik.vsu.ru/pdf/phyllolog/2022/04/2022-04-14.pdf>

6. *Кочемасова Л.А., Петряева Е.В.* Социологическое исследование образа семьи в современной телевизионной рекламе // Актуальные вопросы общественных наук: социология, политология, философия, история. 2014. №43. [Электронный ресурс] URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/sotsiologicheskoe-issledovanie-obraza-semi-v-sovremennoy-televizionnoy-reklame>

7. *Самойлова А.А., Молчанова К.А.* Образы семьи и родственников в российской телерекламе // Вестник МГУП. 2012. №5. [Электронный ресурс] URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/obrazy-semi-i-rodstvennikov-v-rossiyskoj-telereklame>

8. Большинство россиян раздражают счастливые семьи в рекламе // МЕЛ. 2022. [Электронный ресурс] URL:

<https://mel.fm/novosti/6815249-bolshinstvo-rossiyan-razdrazhayut-schastlivyye-semi-v-reklame?ysclid=lp3xarhnup594173246>

Особенности социальной деятельности участников социально-профессиональных сообществ: гендерный аспект

Ульянов Д. В.

Научный руководитель: Силласте Галина Георгиевна, доктор философских наук, профессор, Заслуженный деятель науки РФ, руководитель Научной школы "Гендерная и экономическая социология" Финансовый университет при Правительстве РФ, г. Москва.

Актуальность данной статьи связана с развитием деятельности социально-профессиональных сообществ, являющихся частью российского гражданского общества. Их участники оказывают поддержку согражданам, нуждающимся в помощи.

Данная статья отражает часть положений диссертационного исследования "Влияние социально-профессиональных сообществ на улучшение условий жизнедеятельности горожан". В ней делается акцент на гендерном аспекте социальной деятельности участников социально-профессиональных сообществ.

Цель статьи - изучить особенности социальной деятельности участников социально-профессиональных сообществ, в том числе гендерный аспект.

Задачи, используемые для достижения цели:

1. Анализ гендерной структуры участников социально-профессиональных сообществ;
2. Анализ восприятия социальной деятельности участников социально-профессиональных сообществ в зависимости от гендерного признака; Эмпирический объект (социальный объект-носитель) - участники социально-профессиональных сообществ.

Теоретический объект - социальная деятельность участников социально-профессиональных сообществ.

Предмет - социально-профессиональные сообщества.

Метод исследования - электронный опрос (онлайн-опрос).

Исследование проводилось 1 августа — 30 сентября 2023 года участником Научной школы «Гендерная и экономическая социология» Финансового Университета Ульяновым Дмитрием Владимировичем.

Инструментарий исследования - анкета «Социально-профессиональные сообщества в городской среде». Объём выборки составил 446 респондентов (N = 446), из которых 223 - участники социально-профессиональных сообществ (N = 223), 223 - не участники (N = 223). В данной статье затрагиваются только участники социально-профессиональных сообществ.

Рассмотрим определение социально-профессиональных сообществ. Сообщества социально-профессиональные — это "независимые общественные организации, объединяющие в своих рядах представителей профессий и фактически занятых различными видами труда" [5, с. 439]. Социально-профессиональные сообщества — это социальные сообщества, объединённые по профессиональному признаку. Сообщества социальные - совокупность организаций, имеющих общий социальный признак и выполняющих общественно необходимую функцию в общей структуре общества, разделения труда и деятельности [2]. Таким образом, социальные сообщества — это социальные организации. Социальные организации - искусственные объединения институционального характера, занимающие определённое место в обществе и предназначенные для выполнения более или менее ясно очерченных функций [5, с. 117].

Деятельность социально-профессиональных сообществ происходит в настоящем социальном времени. Здесь автор статьи применяет положения теории социальных изменений, разработанной польским социологом П. Штомпкой. Суть её заключается в том, что для каждого социального времени актуальны свои приоритеты. Функционирование социальных сообществ в настоящем социальном времени подробно проанализированы Г. Г. Силласте в работе "Российские женские организации как форма социального сообщества и его социальная динамика в модусах глобализации и становления нового гендерного порядка" (2021) [4]. Один из ключевых вопросов, рассмотренных в статье - роль харизматичного инициативного лидера, который организует коллектив единомышленников. В настоящем социальном времени, с момента распада СССР до 2020-х го-

дов, произошли следующие изменения в деятельности социально-профессиональных сообществ:

1. Принятие федерального закона "О некоммерческих организациях" в 1996 году. В 2012 году государством была обозначена категория иноагентов.

2. Расширение целей и интересов членов социально-профессиональных сообществ, ориентированных на поддержание профессиональной солидарности.

3. Развитие предпринимательских сообществ в связи с переходом к рынку в 1990-е годы. Их участники обладают большими социальными ресурсами и связями, за счёт которых усиливают свою активность в общественной жизни. Начиная с 2022 года, часть предпринимателей помогает участникам СВО.

4. Сохранение тактики малых дел и адресной помощи, в том числе в онлайн-формате. Онлайн-формат взаимодействия усилился в связи с пандемией COVID-19. Одно из основных направлений, где реализуется тактика малых дел - помощь в профессиональной деятельности.

5. Смена поколений лидеров социально-профессиональных сообществ. Если их руководители в 1990-е годы получили навыки организационной работы в структурах КПСС и Комсомола, то в 2000-2010-е их заменили представители других направлений общественной деятельности (в том числе волонтерской), науки и бизнеса. Начиная с 2022 года, часть лидеров социально-профессиональных сообществ получает опыт социальной деятельности в помощи бойцам СВО, жителям освобождённых территорий и беженцам.

Гендерная структура участников социально-профессиональных сообществ, согласно результатам авторского социологического исследования, паритетна: 50% из них - мужчины и 50% - женщины.

Возрастная структура участников социально-профессиональных сообществ различается среди мужчин и женщин. Как видно из таблиц 2 и 3, участники-мужчины моложе: среди них 58% моложе 40 лет, в то время как среди женщин - лишь 38%. В целом 48% участников социально-профессиональных сообществ моложе 40 лет. В социально-профессиональных сообществах редко состоят люди старше 60 лет: лишь 7% среди мужчин и 5% среди женщин.

Таблица 1. Возрастная структура участников социально-профессиональных сообществ.

Возраст	
До 25 лет	11
25-39 лет	37
40-50 лет	27
51-60 лет	18
Свыше 60 лет	7

Таблица 2. Возрастная структура мужчин-участников социально-профессиональных сообществ.

Возраст	
До 25 лет	17
25-39 лет	41
40-50 лет	24
51-60 лет	13
Свыше 60 лет	5

Таблица 3. Возрастная структура женщин-участниц социально-профессиональных сообществ

Возраст	
До 25 лет	5
25-39 лет	33
40-50 лет	30
51-60 лет	24
Свыше 60 лет	7

Восприятие деятельности социально-профессиональных сообществ в зависимости от гендерного признака также различается (см. таблицы 5–6). Вместе с тем, и мужчины, и женщины считают, что их социально-профессиональные сообщества принимают участие преимущественно в просветительских, социокультурных и патриотических акциях. Мужчины чаще всего отмечают участие социально-профессиональных сообществ в патриотических акциях, женщины - в просветительских. Также примечательно то, что мужчины чаще считают, что их организации принимают участие в военно-патриотической акциях. Женщины чаще отвечали о

принятии участия их сообществами в акциях поддержки детей, школы, семьи. Реже всего социально-профессиональные сообщества участвуют в протестных акциях.

Таблица 4. Участие социально-профессиональных сообществ в различных акциях (в % опрошенных)

Акции	
Просветительские	58
Социокультурные	53
Патриотические	51
Акции социальной поддержки	42
Военно-патриотические	33
Акции поддержки детей, школы, семьи	32
Международные	21
Политические	17
Другие	13
Протестные	8

Таблица 5. Восприятие мужчинами участия социально-профессиональных сообществ в различных акциях (в % опрошенных)

Акции	
Патриотические	61
Просветительские	60
Социокультурные	56
Акции социальной поддержки	45
Военно-патриотические	40
Акции поддержки детей, школы, семьи	28
Международные	23
Политические	22
Другие	12
Протестные	9

Таблица 6. Восприятие женщинами участия социально-профессиональных сообществ в различных акциях (в % опрошенных).

Акции	
Просветительские	56
Социокультурные	50
Патриотические	41
Акции социальной поддержки	38
Акции поддержки детей, школы, семьи	37
Военно-патриотические	27
Международные	19
Другие	14
Политические	13

Выводы, полученные в результате авторского социологического исследования:

1. Гендерная структура социально-профессиональных сообществ паритетно - 50% мужчин и 50% женщин.

2. По мнению респондентов, социально-профессиональные сообщества чаще принимают участие в просветительских, социокультурных и патриотических акциях.

3. По мнению мужчин, социально-профессиональные сообщества чаще всего участвуют в патриотических акциях. Женщины считают, что социально-профессиональные сообщества принимают участие в основном в просветительских акциях.

Литература

1. Горшков М.К. 2009. Российское общество в социологическом изменении. – Мир России. № 2. С. 3-21.

2. Российская социологическая энциклопедия. Под общей редакцией академика РАН Осипова Г.В. — М.: Издательская группа НОРМА—ИНФРА-М, 1998. — 672 с.

3. Силласте Г.Г. 2014. Экономическая социология. М: Инфра-М; Альфа-М. 480 с.

4. Силласте Г.Г. 2021. Российские женские организации как форма социального сообщества и его социальная динамика в модусах глобали-

зации и становления нового гендерного порядка. – Женщина в российском обществе. № 2. С. 28-46.

5. Социологическая энциклопедия. В 2 т. (науч. ред. В. Н. Иванов). М.: Мысль. 2003. Т. 2. С. 439.

ПЛОЩАДКА 3.
САНКТ-ПЕТЕРБУРГСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ
УНИВЕРСИТЕТ,
научный руководитель: к.и.н., доцент Ушакова В.Г.

Антисоциальное поведение в молодежной среде:

гендерный аспект

Богданова А.О.

Санкт-Петербургский государственный университет,
г. Санкт-Петербург

Молодежь – специфическая часть человеческого общества (согласно ВОЗ – это люди от 18 до 44 лет, в РФ – от 14 до 35 лет включительно) [1], небезосновательно считается, что данной группе свойственно разного рода протестное поведение, часто переходящее в антисоциальное.

Антисоциальное поведение – это действия, связанные с нарушением норм права и морали, причинением вреда отдельным лицам и обществу в целом.

Обыкновенно выделяют следующие виды антисоциальных поступков:

1. противозаконные действия (нарушение норм в права);
2. аморальное поведение (нарушение норм морали);
3. аддитивное поведение (бегство от действительности посредством приёма различных психотропных средств).

Общие особенности первого вида антисоциального поведения, противозаконных действий, среди молодежи это высокий риск рецидива, возникновение криминальной деформации личности, значимость социально-групповых факторов, низкий уровень образования, незанятость учебной, работой, семейное неблагополучие, проблемы организации свободного времени.

Преступность среди молодежи, и особенно среди несовершеннолетних, носит преимущественно групповой характер. Так, например, в

областях ЦФО людей старше 30 лет, совершивших преступления в составе групп – 25%, молодежи в возрасте 18-29 лет — около 40%, а среди несовершеннолетних эта цифра составляет около 70%. Другой отличительной чертой преступности среди молодежи является то, что чем меньше возраст участников группы, тем менее организованный характер носит их преступная деятельность. [2]

Студенческая преступность имеет свои специфические особенности. Выделяют такие, преимущественно характерные этой группе преступления как: массовые беспорядки, студенческий рэкет, экстремизм, распространение, наркотиков, киберпреступления. [3]

Что же до основных типов преступлений, совершаемых несовершеннолетними: председатель СК РФ А.И. Бастрыкин отметил, что в 2022 году 42% осужденных несовершеннолетних совершили кражи и мошенничества, 17% процентов – грабежи, разбои и вымогательства, 12% процентов – угон, 11% – приходится на наркоторговлю. [4]

Среднестатистический несовершеннолетний нарушитель закона — учащийся 16—17 лет. По половому составу процентное соотношение следующее:

- лица мужского пола – около 90-95 %.
- лица женского пола – около 4-10 %.

Можно выделить следующие критерии для гендерного анализа правонарушений в среде молодежи:

1. по видам правонарушений: лица мужского пола чаще совершают кражи, лица женского пола – мошенничества;
2. по жестокости совершаемых правонарушений: у лиц мужского пола этот показатель чаще имеет высокое значение; у лиц женского пола – среднее значение;
3. по степени тяжести преступления: у лиц мужского пола преобладают преступления средней тяжести; у лиц женского пола – небольшой тяжести.

Виды мотивации совершения правонарушений среди молодежи существуют следующие:

1. Состояние алкогольного опьянения (лица мужского пола – 87%; лица женского пола – 75%);

2. Убеждение в безнаказанности (лица мужского пола – 54%; лица женского пола – 68%);

3. Доступность благ, они плохо охраняются (лица мужского пола – 39%; лица женского пола – 46%);

4. Небольшой срок наказания (лица мужского пола – 64%; лица женского пола – 38%);

5. Наличие и доступность пунктов сбыта похищенного (лица мужского пола – 29%; лица женского пола – 12%). [5]

В последние годы наблюдается рост преступности среди женщин, в том числе среди представительниц молодежи. Так, в 2015 году несовершеннолетними женского пола в группе было совершено 33,3% от всех выявленных преступлений, а в 2019 году этот показатель составил 40,75%. [6]

Следующий вид антисоциального поведения – это аморальное поведение, которое заключается в совершении поступков и действий, формально не запрещенных законом, однако противоречащих обычаям и устоям общества. В этой категории, как специфический вид аморального поведения современной молодежи, все чаще выделяют активное использование нецензурной лексики в том числе в общественных местах.

Так, среди студентов равнодушно к нецензурной лексике относятся 83%, осуждают ее использование – 11 %, положительно оценивают это явление – 6 %. В собственной речи время от времени употребляют ненормативную лексику около 74 %, «часто» — 21 %, «никогда» — 4 %. [7]

Причем если еще недавно использование нецензурной брани было преимущественно прерогативой лиц мужского пола, то сейчас гендерное разделение в этой сфере активно стирается.

Гораздо большую опасность для общества представляет проблема аддитивного поведения. Аддикция – это пагубная привычка, зависимость. Разумеется, в качестве антисоциального поведения рассматриваются зависимости молодежи, приносящие вред обществу.

Подавляющее большинство представителей современной молодежи (лица женского пола – около 77%, лица мужского пола – около 80%) употребляли алкоголь. Причем, отмечается, что лица мужского пола, обыкновенно пробуют спиртное раньше. Так же время начала употребле-

ния зависит от места проживания: в сельской местности и парни, и девушки знакомятся с алкоголем раньше сверстников из городов.

Две основные причины употребления алкоголя совпадают у представителей обоих гендеров: во-первых, стремление изменить настроение, во-вторых, желание поддержать компанию.

Интересно, что среди лиц женского пола больше тех, кто никогда не пробовали алкоголь (12,9 %), а лиц мужского пола – те, кто пробовали, но сейчас полностью прекратили употребление (12,5 %).

У людей обоего пола обыкновенно имеется зависимость между употреблением алкоголя и курением. То есть, люди, употребляющие алкоголь, чаще всего так же имеют и никотиновую зависимость.

Другая масштабная проблема молодежи – пристрастие к наркотикам. Так, по данным проекта «Трезвая Россия» на 2023 год количество людей с наркотической зависимостью приближается к 6 млн. Средний возраст наркозависимого в РФ – от 16 до 30 лет. По некоторым данным, каждый третий представитель молодежи мужского пола хоть раз пробовал наркотики, среди лиц женского пола этот показатель немного ниже. [8]

Причины, побуждающие употреблять наркотики имеют различный приоритет у парней и девушек.

Для лиц мужского пола: 1. снятие стресса, изменение настроения; 2. следование за большинством; 3. стремление уйти от проблем.

Для лиц женского пола: 1. стремление уйти от проблем; 2. следование за большинством; 3. снятие стресса, изменение настроения.

Таким образом мы видим, что гендерный аспект играет большую роль в предрасположенности представителей молодежи к тем или иным видам антисоциального поведения. Однако, сообразуясь с современной тенденцией на размывание гендерных границ, в некоторых сферах традиционное распределение полов на данный момент меняется. Разумеется, рост некоторых показателей антисоциального поведения не может не вызывать тревогу. Необходимо осуществлять меры по профилактике антисоциального поведения путем создания условий для правовой и гражданской социализации молодежи; профессионального самоопределения; влияния на ценностные ориентации; вовлечения молодежи в различные социальные акции, благотворительные мероприятия; совершенствования

социальных норм и санкций в отношении молодежи путем переориентации с негативных санкций на позитивные. [9] Это необходимо не только для снижения уровня преступности, уменьшения количества нарко- и алкозависимых в данный момент, но и для обеспечения будущего существования и развития общества и страны.

Литература:

1. Федеральный закон "О молодежной политике в Российской Федерации" от 30.12.2020 N 489-ФЗ
2. *Лелеков В.А., Кошелева Е.В.* Молодежная преступность в России: понятие и особенности // Вестник Московского университета МВД России. 2020. № 5. С. 104-108.
3. *Кочетков М.И.* Преступность среди студентов высших учебных заведений // Интеллектуальный потенциал XXI века: ступени познания. 2011. № 6. С. 331-339.
4. *Зайцев Д.С.* Состояние преступности несовершеннолетних в современном обществе // Вестник научного общества студентов, аспирантов и молодых ученых. 2023. №3. С. 19-23.
5. *Зубова Л.В, Антикиева Л.Р.* К вопросу гендерных различий в проявлении преступности несовершеннолетних (на примере Оренбургской области) // Вестник ОГУ. 2018. № 1. С. 25-31.
6. *Осадчук О.А.* Преступность несовершеннолетних женского пола: тревожные тенденции // Право и практика. 2021. № 2. С. 80-85.
7. *Мешкова И.В., Завьялова Л.П.* Отношение современной молодежи к ненормативной лексике в контексте воспитания подрастающего поколения // Мир науки. Педагогика и психология. 2021. №4. С. 1-11.
8. *Дьячкова М.Г. Мордовский Э.А.* Аддиктивное поведение молодежи и подростков как социальное явление // Современные проблемы науки и образования. 2011. № 6. С. 20.
9. *Фурсова В.В. Маслова Л.П.* Девиации в студенческой среде // Сборники конференций НИЦ Социосфера. 2020. № 26. С. 105-113.

Изучение гендерных аспектов виктимблейминга в России и за рубежом

Золотова А. М.

Санкт-Петербургский государственный университет,

г. Санкт-Петербург

Термин «виктимблейминг» впервые был применен американским психологом Уильямом Райаном в его работе «Blaming the Victim» (1971), в значении идеологии, позволяющей оправдывать притеснение и дискриминацию чернокожего населения в Соединенных Штатах Америки. На данный момент понятие имеет более широкое значение. [9] «Виктимблейминг» определяется как вменение жертве любого вида насилия, преступления или несчастного случая вины за произошедшее с ней несчастье в полном или частичном объеме.

Люди, пострадавшие от насилия, могут скрывать произошедшее, так как боятся столкнуться виктимблеймингом, который отрицательно повлияет на их уязвимое психоэмоциональное состояние после ситуации насилия. В результате преступники не получают заслуженное наказание, статистика преступлений оказывается неточной, а жертвы насилия не получают необходимой помощи и поддержки. В этой связи можно заключить, что изучение проблемы виктимблейминга является достаточно актуальным.

Кроме того, необходимо отметить значимость исследования гендерных аспектов виктимблейминга и их влияния на его проявление. Это связано с тем, что охарактеризовав влияние гендерных аспектов на проявление виктимблейминга, можно определить социально-демографические характеристики групп, с которыми необходимо работать в целях снижения остроты проблемы виктимблейминга.

Одним из первых исследователей, занимавшихся изучением виктимного поведения в России, стал Л. В. Франк, который начал проводить такие исследования в 1966 году. Изучение непосредственно виктимблейминга, а также его гендерных аспектов, началось в России в начале XXI века как в рамках социологии, так и психологии. [1]

Эмпирические исследования виктимблейминга проводились в разных городах России. Большинство из них было проведено количест-

венными методами (анкетный опрос), как в онлайн-, так и в очном формате [2, 3, 4, 5, 7, 10, 11]. В некоторых исследованиях были использованы качественные методы: индивидуальные полуструктурированные интервью [6] и фокус-групповая дискуссия [8]. Также в одном из исследований были совмещены качественная и количественная стратегии и использованы следующие методы сбора данных: анкетный опрос женщин и экспертов и стандартизированное интервью. [13] Кроме того, в одном исследовании применялся метод моделирования виктимных ситуаций. [12]

Если рассматривать объект российских исследований виктимблейминга, то можно отметить, что в их описании не всегда указывалась возрастная характеристика изучаемой группы. Однако большинство исследований, в описании которых данный фактор присутствовал, были направлены на изучение проявления виктимблейминга молодежью [3, 5, 8] или студенческой молодежью [2, 6, 10]. При этом в одном из исследований, рассматривавших более широкий возрастной диапазон, преобладали респонденты в возрасте от 18 до 25 лет. [4] В связи с этим можно заключить, что в России наиболее подробно изучено проявление виктимблейминга среди молодежи, в то время как в других возрастных группах данная склонность исследована недостаточно.

Важно отметить, что не все исследования виктимблейминга в России затрагивали гендерные аспекты данного явления. При этом характер влияния гендерных аспектов виктимблейминга на его проявление оценивается достаточно противоречиво. В двух исследованиях влияние гендерной принадлежности респондентов на проявление ими виктимблейминга не было выявлено [5, 6], в одном исследовании установлено, что мужчины чаще склонны проявлять виктимблейминг по сравнению с женщинами [3], в то время как, согласно результатам другого исследования, проявление виктимблейминга в большей степени было свойственно тем респондентам, которые определили свою гендерную идентичность как андрогинную или феминную. [12] Кроме того, в некоторых исследованиях была изучена связь между гендерной принадлежностью жертвы и проявлением виктимблейминга по отношению к ней. Результаты одного из них показали, что с виктимблеймингом чаще сталкиваются мужчины [6], однако в другом исследовании было установлено, что обвинению чаще подвергаются женщины. [7] В связи с тем, что результаты проведенных в

России исследований гендерных аспектов виктимблейминга неоднозначны, продолжение изучения данной темы остается значимым.

Изучение гендерных аспектов виктимблейминга за рубежом началось в 70-е годы XX века. Первоначально такие исследования проводились на стыке двух наук: социологии и психологии. Последние исследования чаще проводятся в рамках социологии, однако продолжают изучаться и те аспекты, которые рассматривались в первых исследованиях, как, например, влияние мифов о сексуализированном насилии, веры в справедливость мира, половой принадлежности респондентов на их склонность к обвинению жертвы насилия. [14]

Изучение виктимблейминга проводилось в США в 2008 году [16], в Швеции в 2011 году [19], в США в 2015 [17] и в 2017 годах [15], а также в Румынии в 2018 году. [18] Все упомянутые зарубежные исследования проводились методом анкетного опроса. Методики данных исследований содержали описание гипотетической или реальной ситуации совершения насильственного преступления и вопросы, позволяющие определить склонность респондентов к проявлению виктимблейминга на основе их восприятия представленной ситуации.

В большинстве данных исследований были изучены социальные группы с достаточно широким возрастным диапазоном: от 18 до 48 лет [16], от 16 до 88 лет [19], от 18 до 58 лет [17], от 18 до 53 лет [15]. В некоторых других исследованиях был указан лишь средний возраст респондентов, что не позволяет определить возрастные рамки изученной группы.

Результаты зарубежных исследований относительно влияния гендерных аспектов на проявление виктимблейминга также нельзя назвать однозначными. В некоторых исследованиях было установлено, что мужчины в большей степени склонны к обвинению жертвы. [15, 16] При этом согласно, результатам другого исследования, такой склонностью чаще обладают женщины. [18] Влияние гендерной принадлежности преступника на обвинение его жертвы было рассмотрено лишь в одном исследовании, однако четкая связь между этим фактором и проявлением виктимблейминга не была установлена. [17] Роль гендерной принадлежности жертвы в проявлении виктимблейминга по отношению к ней рассматривалась в совокупности с другими факторами, например, возрастом жерт-

вы [19] или гендерной принадлежностью респондента [16], что не позволяет точно определить степень влияния данного фактора на склонность к обвинению жертвы.

Таким образом, исследования гендерных аспектов виктимблейминга в России и за рубежом не дают однозначного ответа на вопрос о влиянии гендерных аспектов виктимблейминга на его проявление. В связи с этим дальнейшее социологическое изучение данной темы остается весьма актуальным. Оно может быть основано на опыте и результатах проведенных ранее исследований, как российских, так и зарубежных, с целью уточнения аспектов, которые ранее не были изучены или остаются спорными.

Литература

1. *Беленко С.С.* Разработка понятия “виктимблейминг” в России и за рубежом // Вестник Омского университета. Серия «Психология». 2019. №4. С. 53–56.

2. *Бендрикова А.Ю.* Виктимблейминг: социологический аспект изучения // Образование и проблемы развития общества. 2018. № 1(5). С. 79-83.

3. *Бовина И.Б., Дворянчиков Н.В., Гутник А.Д., Рикель А.М.* Особенности социальных представлений о сексуальном насилии: «Маньяк» и «Жертва» глазами молодых мужчин и женщин // Психологическая наука и образование. 2011. №1. С. 1–14.

4. *Ваганова К.В.* Виктимблейминг как причина латентности домашнего насилия // THE BEST RESEARCH PRACTICES: сборник статей Международного научно-исследовательского конкурса (8 ноября 2020 г.) / под ред. А. Б. Чермисина. Петрозаводск: МЦНП «Новая наука», 2020. С. 122-132.

5. *Виноградова М.А., Першина Т.В., Тимошина Е.И.* Гендерная чувствительность к проблеме насилия в молодежной среде промышленного города // Сборник методических рекомендаций по вопросам теоретических и практических разработок в области общественно-гуманитарных наук: Профессиональная наука / под ред. Н. А. Красновой, Ю. О. Канаевой. Нижний Новгород, 2018. С. 6–12.

6. *Кайсина В.М., Кротова А.Е., Кусова К.А., Захарова А.А.* Отношение к жертвам сексуального насилия (по материалам качественного исследования на территории Ижевска) // XLVII итоговая студенческая научная конференция УдГУ: Материалы всероссийской конференции / под ред. А. М. Макарова. Ижевск, 2004. С. 226–229.

7. *Калашикова О.А., Филиппова Е.О.* Виктимблейминг и его влияние на общественную жизнь // Шаг в науку. 2021. № 2. С. 91–93.

8. *Кириленко А.А.* Представления современной молодежи о жертве и инициаторе сексуального насилия // Молодежь в трансформирующемся обществе: настоящее и будущее: материалы Всероссийской научно-практической конференции, посвященной 80-летию Адыгейского государственного университета / под ред. Р. Д. Хунагова. Майкоп, 2020. С. 110–111.

9. *Кузнецов И. С.* Влияние рекреативного контента на восприятие социальной проблематики // Поиск истины как аксиологическая парадигма гуманитарного знания: прошлое, настоящее, будущее: материалы по итогам VII Иоанновских научных чтений: сборник статей, Москва, 23 октября 2017 года. М.: Летний сад, 2018. С. 235–244.

10. *Курачинская В.П., Куликова О.А.* Виктимблейминг среди студенческой молодежи // Вестник университета. 2021. №10. С. 178–186.

11. *Лофиченко О.П., Колесник И.И.* Виктимблейминг как социокультурное явление в современной России // Неделя науки СПбПУ: материалы научной конференции с международным участием. Гуманитарный институт / под ред. Н. И. Алмазовой и др. Санкт-Петербург, 2018. С. 253–255.

12. *Макаревская Ю. Э., Беленко С.С.* Взаимосвязь когнитивных установок обвинения жертвы и самообвинения личности в виктимной ситуации // Вестник Университета Российской академии образования. 2021. №1. С. 15–27.

13. *Сиражудинова С.В.* «Я не могу сказать!»: к проблеме домашнего и сексуального насилия в республиках Северного Кавказа // Женщины в российском обществе. 2017. № 4(85). С. 26–35.

14. *Amy R. Grubb, Julie A. Harrower* Attribution of blame in cases of rape: an analysis of participant gender, type of rape and perceived similarity to the victim // *Aggression and Violent Behavior*. 2008. Vol. 13. N5. P. 396–405.

15. *Caitlin M. Pincioti, Holly K. Orcutt* Understanding Gender Differences in Rape Victim Blaming: The Power of Social Influence and Just World Beliefs // *Journal of Interpersonal Violence*. 2021. Vol. 36. N1-2. P. 255–275.
16. *Damon Mitchell, D. J. Angelone, Brittany Kohlberger, Richrad Hirschmann* Effects of Offender Motivation, Victim Gender, and Participant Gender on Perceptions of Rape Victims and Offenders // *Journal of Interpersonal Violence*. 2009. Vol. 24. N9. P. 1564–1578.
17. *Erin E. Ayala, Brandy Kotary, Maria Hertz* Blame Attributions of Victims and Perpetrators: Effects of Victim Gender, Perpetrator Gender and Relationship // *Journal of Interpersonal Violence*. 2018. Vol. 33. N1. P. 94–116.
18. *Gabriela L. Culda, Adrian N. Opre, Alexandra D. Dobrin* Victim blaming by women and men who believe the world is a just place // *Cognition, Brain, Behavior. An Interdisciplinary Journal*. 2018. Vol. XXII. N2. P. 99–110.
19. *Leif A. Strömwall, Helen Alfredsson, Sara Landström* Rape victim and perpetrator blame and the Just World hypothesis: The influence of victim gender and age // *Journal of Sexual Aggression*. 2013. Vol. 19. N2. P. 207–217.

Домашнее насилие: гендерные аспекты

Неретина А.Ю.

Санкт-Петербургский государственный университет,
г. Санкт-Петербург

Домашнее насилие - острая общественная проблема, которую люди пытаются решить по всему миру. Множество специалистов из различных сфер изучают эту проблему, пытаются найти возможные решения. Но когда человек слышит о домашнем насилии, он представляет женщину-жертву и мужчину-агрессора. Действительно, большая часть преступлений, связанных с домашним насилием, совершается в отношении женщин, а о насилии в отношении мужчин принято молчать. Современное общество стремится к всеобщему благополучию независимо от гендера,

поэтому профилактика насилия во всех группах населения является исключительно актуальной.

Исследователи недостаточно обращают внимание на анализ факторов, которые способствуют насильственному поведению, несмотря на широкий спектр изучаемых вопросов в этой области. Кроме того, обсуждение насилия в близких отношениях непременно касается таких аспектов, как распределение ролей и власти, доминирование и подчинение, а также неравенство. Следовательно, использование гендерного подхода при анализе причин и распространения разных видов насилия между мужчинами и женщинами является рациональным и обоснованным.

Гендерный подход предполагает учет интересов обеих социально-демографических общностей, поскольку главная цель реализации этого подхода — достижение гендерного равноправия [1, с. 71]. Гендерный подход заключается в анализе и критике традиционного подхода в распределении ролей в семье, статусе мужчин и женщин в публичных и межличностных отношениях.

Все виды домашнего насилия в отношении женщин и мужчин обусловлены стремлением человека доминировать над другим, подавлять его с целью самоутверждения. В условиях высокой конкуренции в разных сферах социальных отношений не все могут достичь высокого статуса и признания, а многие сталкиваются с ситуациями подавления. Компенсацией в результате «проигрыша» чаще всего выступает самоутверждение за счет подавления кого-то другого и/или проявление агрессии. [2, с. 9]

Важно понимать, что с любым видом домашнего насилия (физическое, экономическое, сексуальное, психологическое) может столкнуться как женщина, так и мужчина. Но, из-за традиционного представления о домашнем насилии, мужчины защищены меньше. Кроме того, у мужчин не принято обращаться с проблемой домашнего насилия куда-либо, да и говорить о нем. Это происходит потому, что мальчиков с детства учат быть сильными, а обращение за помощью рассматривается как слабость.

Кроме того, мужчин с детства приучают скрывать множество эмоций, особенно страх и боль. Из-за этого у большинства мужчин ограничены обычные механизмы эмоциональной реакции - от переживания

эмоции до ее выражения. В результате множество эмоций превращаются в одну - гнев. Это психологическое "оружие" делает возможными акты насилия против других людей [2].

Мужчинам, находящимся в ситуации домашнего насилия зачастую некуда обратиться, в отличие от женщин. В полиции их скорее всего засмеют, а специализированных центров просто не существует, поэтому они вынуждены справляться с этим самостоятельно.

Женщины же, находясь в ситуации домашнего насилия, имеют возможность обратиться как в полицию, так и в специализированные центры помощи.

Мужчины чаще сталкиваются с психологическим насилием, которое выражается в обесценивании, прививании чувства вины, угрозах лишить общения с ребёнком. В ситуациях, когда женщина является агрессором также не исключено физическое насилие в отношении партнёра. Оно может выражаться в бросании каких-либо предметов в партнёра, шлепках, толчках и т.д.

Домашнее насилие несёт за собой одинаково серьёзные последствия как для женщин, так и для мужчин. Никогда нельзя предугадать как именно это проявится, и проявится ли вообще. Чем более длительным и жестоким является насилие, тем глубже травма. Синдром посттравматического стресса возникает в ответ на совершенное насилие и проявляется спектром таких симптомов как: навязчивые воспоминания и сны; повышенная тревожность; скрытность и стремление к одиночеству; снижение эмоциональности; склонность к депрессии и употреблению наркотических средств; немотивированная жестокость, агрессивность, агрессия, направленная на себя; суицидальные тенденции. [3]

В настоящее время семейно-брачные отношения постепенно меняются. Брак все больше превращается в партнерство, основанное на равноправии между мужчинами и женщинами. Такая модель позволит обоим партнёрам наиболее полно реализоваться без дискриминационных гендерных ограничений. Отношения строятся на равноправии, а не на доминировании и подчинении. В центре семьи - любовь и забота о всех её членах. Все эти общественные изменения направлены на гармонизацию гендерных отношений и на расширение возможностей личного выбора и развития, независимо от половой принадлежности. Конечно, такой

подход не исключает возможность домашнего насилия, но за счёт отказа от привычных дискриминационных социальных ролей и взаимоотношений на основании доминирования/подчинения, сокращаются случаи домашнего насилия как в отношении мужчин, так и в отношении женщин.

Литература:

1. Словарь гендерных терминов / под ред. *А.А. Денисовой*; Региональная общественная организация «Восток — Запад: женские инновационные проекты». М. : Информация — XXI век, 2002. 256 с.
2. *И.С. Клёцина, Е. В. Иоффе* ГЕНДЕРНЫЙ ПОДХОД В АНАЛИЗЕ ПРИЧИН ПРОЯВЛЕНИЯ НАСИЛИЯ В БЛИЗКИХ ОТНОШЕНИЯХ МЕЖДУ МУЖЧИНАМИ И ЖЕНЩИНАМИ [Текст] / И. С. Клёцина, Е. В. Иоффе // *Женщина в российском обществе*. — 2015 . — № 1. — С. 1 - 14
3. НАСИЛИЕ В СЕМЬЕ. ПРИЧИНЫ И ПОСЛЕДСТВИЯ // SCHOOLS.BY : сайт. – URL: <https://ozarichi.schools.by/pages/nasilie-v-seme-prichiny-i-posledstvija> (дата обращения: 07.12.2023)

Феминизм в современном российском обществе

Ростовцева О. Ю.

Санкт-Петербургский государственный университет,
г. Санкт-Петербург

Феминизм как теория возник на западе в восьмидесятые годы XVIII века. Появление этого термина было связано с необходимостью маркирования людей, выступающих не только за возрастающую социальную роль женщин, но также и за право женщины определять себя как самостоятельную личность. В последние столетия роль женщины как в частной, так и в общественной сфере расширилась и изменилась, что привело к расширению определения феминизма, включая в себя политические, культурные, экономические, сексуальные, расовые и этнические аспекты [3, с. 25].

Феминизм – это многогранное явление, которое продолжает развиваться и эволюционировать на протяжении времени, поэтому дать ему

точное определение сложно. В современной науке универсального определения феминизма не существует, имеется лишь множество индивидуальных определений феминизма, а его фундаментальное определение находится еще в стадии обсуждения.

В России феминизм представлен весьма разнообразно. Множество гуманитарных и общественных наук занимаются исследованием проблем, связанных с феминизмом. Особенно активно феминистские вопросы изучаются в философии. И хотя уже проведено значительное количество серьезных и глубоких исследований в этой области, российская философская наука до сих пор не сформировала четкого феминистского направления. Одна из причин этого может быть связана с тем, что феминизм вызывает много дискуссий и споров, как в обществе, так и в научных кругах. Различные феминистские течения имеют разные подходы и взгляды на проблемы гендерного неравенства, сексизма и других вопросов, связанных с полом. Это приводит к тому, что мнения и определения феминизма могут различаться в зависимости от контекста и точки зрения.

Феминизм и его роль в политической теории являются актуальными темами, которые требуют серьезного исследования и обсуждения. В современной политике феминистские идеи находят свое отражение, преимущественно, в работах женщин-политиков. Однако создания политической теории феминизма идет медленно, и лишь некоторые ученые-политологи посвящают свои исследования проблемам широкого участия россиян, особенно женщин, в общественно-политической жизни. Одной из известных ученых-политологов, занимающихся этой темой, является С. Г. Айвазова. Она утверждает, что тема прав женщин в России и их особенности в истории заслуживает серьезного и всестороннего обсуждения. С. Г. Айвазова подчеркивает, что изучение этой темы позволяет глубже понять современных женщин и оценить способность общества к модернизации. Она также отмечает, что права женщин являются неотъемлемой составной частью прав человека и одним из основных параметров модернизации. В последние годы эта тема стала предметом активных дебатов и споров, в которых принимают участие лучшие умы отечественной и мировой науки [2, с. 5].

С. Г. Айвазова пишет, что с постановки вопроса о равенстве всех людей перед законом начинаются перемены во взглядах на назначение

женщин, в оценке их роли в обществе, в их статусе, который при традиционном порядке держится на их функции продолжательниц рода. [2, с. 7].

Рассматривая положение женщин России на современном этапе, С. Г. Айвазова отмечает, что для данного этапа характерны одновременно как резкий дисбаланс в социальных позициях мужчин и женщин, так и возрождение женского движения в качестве самостоятельной общественно-политической силы, претендующей на особую роль в обществе, на участие в принятии решений, на включение женщин в структуры государственной власти [2, с. 7]. \

В современной российской социологии женская проблематика занимает важное место и продолжает активно изучаться на различных уровнях. Она рассматривается как на теоретическом, так и на прикладном уровнях, исследуется в рамках «гендерной социологии» и рассматривается как особая методология в гендерном подходе. Тема феминизма в России остается актуальной и значимой в настоящее время. Несмотря на заявленное равенство полов, в стране все еще существуют фактическое неравенство, дискриминация и нарушения прав женщин. Актуальность проблемы изучения феминизма как социального явления имеет большое значение, так как феминистские исследователи оказывают огромное влияние на различные сферы общественной жизни и государственную политику. Хотя феминистское направление разрабатывается во многих гуманитарных и социальных науках в России, пока еще не существует феминистской теории, полностью адаптированной к условиям современной российской действительности. Академическое сообщество относится к проблематике гендерных исследований с некоторым скептицизмом, и гендерный подход остается маргинальным в системе общественного знания. А. Здравомыслова и А. А. Темкина пишут: «Легитимность данной тематики по-прежнему невысока, академическое сообщество скептически относится к проблематике гендерных исследований» [16, с. 22].

Также, на сегодняшний день, практическую базу феминизма – женское движение в России можно охарактеризовать как слабую. Несмотря на наличие множества женских организаций, они слишком раздроблены. Отсутствие сильного женского движения в России приводит к отсутствию развития феминистской идеологии.

К сожалению, феминистские работы с трудом достигают своей целевой аудитории. Эта проблема в основном связана со средствами массовой информации, где вопросы феминизма и гендерных исследований практически не освещаются. Определенное место им уделяется в научных изданиях («Вопросы философии», «Социологические исследования», «Общественные науки и современность», «Полис» и т.п.), в специализированных (но мало доступных) журналах, например, «Преображение», «Женщина в российском обществе», и очень редко в местных газетах, в литературно-художественных журналах. Для распространения идей феминизма и формирования новых гендерных стереотипов особую роль должны сыграть популярные женские издания, которые сегодня практически игнорируют женское движение и вопросы феминизма, не способствуя созданию образа женщины в качестве самодостаточной личности.

Осознавая специфику социокультурного развития России, можно сделать вывод о трудностях, с которыми сталкиваются сторонники феминизма в современном обществе. До сих пор феминизм расценивается некоторыми как мужененавистническая идея, что затрудняет его признание и востребованность. Учитывая это, следует акцентировать внимание не только на его влиянии на решение "женских" проблем, но и на его общечеловеческом значении. Феминизм является гарантом гендерного равенства, и без него невозможно достичь уровня модернизации, присущего современному обществу. Феминистское движение женщин, в качестве отдельной составляющей социального движения, является неотъемлемой частью демократических и гражданских преобразований, необходимых для точной модернизации нашей страны. Социологическое исследование по данной проблематике может предоставить ценную информацию о состоянии движения, вызовах, с которыми оно сталкивается и путях его развития.

Литература

1. Айвазова, С. Г. Русские женщины в лабиринте равноправия / С. Г. Айвазова. – Москва: ЗАО "РИК Русанова, 1998. – 408 с.
2. Беспанская-Павленко Е.Д. Феминология: учебно-метод. пособие / Е. Д. Беспанская-Павленко. – Минск: БГУ, 2013. – 192 с.

3. *Здравомыслова Е.А., Темкина А.А.* Социология гендерных отношений и гендерный подход в социологии / Е. А Здравомыслова, А. А. Темкина // Социс. – 2000. – № 11. – С. 15-24

Новые образы маскулинности в современном медиапространстве

Суханова Е. Д., Голянова А. С., Верюжская К. Ф.
Санкт-Петербургский государственный университет,
г. Санкт-Петербург

Гендерные исследования имеют место в интересах многих современных научных школ, поскольку понятия маскулинности (мужественности) и соответственно феминности (женственности) являются широко интерпретируемыми категориями. Так, в биолого-направленных дисциплинах, категории пола рассматриваются через генетические, физические и морфологические признаки, а, следовательно, и характеристика гендерных категорий происходит в первую очередь с физиологической точки зрения. В социально-психологических подходах гендерные исследования проводят, отталкиваясь исключительно от социальных и поведенческих факторов.

Впервые о различии понятий sex (биологический пол) и gender (социальный пол) заговорила антрополог М. Мид [2, с. 142-145]. Изначально принятые лишь в феминистской теории концепции позже были восприняты всеми социально-гуманитарными науками. Пол – врождённая биологическая данность, то есть пол не выбирают, он является приписываемым статусом. Гендер же, представляет собой набор социальных конструкций социо-полоролевых отношений. «Гендер – это осознанное значение пола, социокультурная манифестация пребывания мужчиной или женщиной, освоенные характеристики, ожидания и системы поведения» [1, с. 145]. Гендер представляет собой набор социальных ролей, которые мужчины и женщины выполняют в обществе.

В социологических же исследованиях, например, конкретно маскулинности, имеет смысл рассматривать взаимодействие этих концепций и их влияние друг на друга. То есть, в отличие от исследований только

гендера (например, в психологии) в нашем случае имеет место рассматривать и социальные и биологические характеристики маскулинности, поскольку, в некоторых социологических концепциях физиологические факторы не только являются первопричиной формирования гендерных различий, а потом развиваются общественным сознанием, но также они являются активным фактором формирования и трансформации гендерных конструкторов и на современном этапе.

Даже подчеркивая сменяемость тенденций от гегемонной маскулинности к естественной, современные исследователи не считают, что мы можем говорить о полной смене основных гендерных требований и ухода от нормативных стереотипов. Доминантная маскулинность всё ещё является базовой для формирования индивида мужского пола, и в большинстве своём современная молодёжь только сейчас постепенно переходит к идее отрицания гендерных конструкторов, а также нормализации «не нормативных» моделей поведения.

В ходе исследования мы обратились к образам маскулинности наиболее обсуждаемым и узнаваемым, но, безусловно на них не заканчивается вся вариативность, которую можно встретить. При анализе мы использовали следующие термины: от «мачо» и «бабника» [2, с. 2], которые пользовались популярностью во времена, когда современная молодёжь только родилась; затем к новым терминам «ретросексуал», «техносексуал» [3, с. 2-3] и «уберсексуал» [4, с. 2]; а затем наиболее актуальные для современной молодёжной среды «ламберсексуал» и «сапиосексуал» [5, с. 1-3].

Для исследования был выбран метод контент-анализа и использован, как в качественном, так и в количественном варианте.

Нами были выбраны публикуемые ежегодно, начиная с 1990 года рейтинги «Топ-100 самых красивых мужчин в мире». Этот рейтинг был выбран для анализа, поскольку авторы собирают и публикуют данные, собранные по всему миру, основываясь на исследованиях в социальных сетях и сторонних интернет-источниках. В последние годы этот рейтинг обрел высокую частоту упоминания в СМИ по всему миру и в том числе в России. Так, этот рейтинг освещался в изданиях ELLE и The Girl в нашей стране.

Бланк контент анализа учитывает: год выхода топа; позицию конкретного мужчины в рейтинге; основные визуальные характеристики; стиль конкретного мужчины; дополнительные характеристики, транслируемого образа; расовую принадлежность; возраст; семейное положение; основной род деятельности. Каждый бланк был составлен в соответствии с проведённым анализом фото и видео материалов конкретного мужчины, а также статьи и новостные материалы, опубликованные в том году, в котором был представлен анализируемый топ. Основными для анализа были выбраны визуальные единицы, но, для качественного определения представляемого мужчиной образа, мы также собирали информацию в текстовом формате из доступных источников для характеристик, не поддающихся визуальному выявлению (к ним относятся термины: «харизма», «интеллектуал», «коммуникабельность», а также важные для анализа «плейбой» и «примерный семьянин» и т. д.).

Для полноты исследования мы выбрали четыре опубликованных топа с шагом в десять лет, охватив рейтинги мужчин за последние сорок лет – 1992, 2002, 2012 и 2022 (последний из опубликованных списков). Поскольку какое-то время этот сервис публиковал только рейтинг из топ-25 (с 1992 до 2005), в случае 1992 и 2002 года мы можем проанализировать только сокращённый список. Так, для анализа нами были заполнены и обработаны 250 бланков контент анализа – 25 бланков за 1992 год, 25 бланков за 2002 год, 100 бланков за 2012 год и 100 бланков за 2022 год.

После сбора данных, на основе информации каждого из бланков каждому мужчине были присвоены определенные образы – суть которых основана на представленных нами ранее определениях. Дальнейший анализ будет включать и обработку конкретных данных, внесённых в бланк и выделенных на фоне этих данных образов.

Переходя к сравнительному анализу, на наш взгляд стоит конкретно рассмотреть топ-5 самых красивых мужчин в мире в каждый из анализируемых годов. Примечательно, что в 1992 и 2002 году на первых местах оказывались ретросексуалы, а в 2012 и 2022 уберсексуалы. Так же стоит отметить, что топ-5 в 2022 году состоит из метросексуалов и уберсексуалов, тогда как в предыдущие года в топ чаще всего входили ретросексуалы, мачо и бабники.

Таблица 1 – Топ самых красивых мужчин мира в разные года с представляемым образом

Но- мер в топе / Год	1992	2002	2012	2022
1.	Патрик Суэйзи Ретросексуал	Пирс Броснан Ретросексуал	Майкл Фассбендер Уберсексуал	Генри Кавил Уберсексуал
2.	Брендан Фрейзер Мачо	Брэд Питт Метросексуал	Александр Скарсгард Ретросексуал	Хван Хёнджин Метросексуал
3.	Джонни Депп Бабник	Роберт Дауни Младший Бабник	Райан Гослинг Бабник	Тимоти Шаламэ Метросексуал
4.	Мэл Гибсон Уберсексуал	Кевин Коснер Ретросексуал	Идрис Эльба Мачо	Крис Хемсворт Уберсексуал
5.	Леонардо ДиКаприо Бабник	Дэниел Крейг Метросексуал	Стивен Амелл Уберсексуал	Кеунг Ту Метросексуал

В 2022 году мы отмечаем сформированное за последние 10-15 лет продолжение роста нормализации популяризации образа метросексуала – 55% анализируемых мужчин соответствуют его критериям, следом по популярности идет категория уберсексуалов – 18%, мачо – 12%, ламберсексуал – 8%, бабник – 5%, а также существенно сократилось количество крайне популярных в ранних годах ретросексуалов – в этом году представителем этого типа является всего 1% и столько же техносексуалов.

Обобщая, мы можем привести усреднённый образ маскулинности, транслируемый конкретно в 2022 году. Современный мужчина в сетевых медиа транслируется через следующими характеристиками:

1. Молодой, младше 30 лет.
2. Свободный (но серьёзно заинтересованный в семье).
3. Придерживающийся своего личного стиля (нет четкой популярности какого-то конкретного стиля).
4. Особенную популярность приобретает азиатская внешность.
5. Крайне популярными становятся именно музыканты.

6. Соответствующий образу метросексуала – ухаживающий за своей внешностью, аккуратный, открытый к эмоциям, коммуникабельный и открытый.

Литература:

1. *Айзенштадт, А.Л.* Пол и гендер в современном обществе / А. Л. Айзенштадт // Социально-психологические проблемы современного общества и человека: пути решения: Сборник научных статей (по материалам международной научно-практической конференции), Витебск, 20–21 октября 2011 года / Научный редактор А. П. Орлова. – Витебск: Витебский государственный университет им. П. М. Машерова, 2011. – С. 145–146.
2. *Боровкова, И.В.* Плюрализм образов маскулинности в культуре XXI в / И. В. Боровкова // Теория и практика общественного развития. – 2012. – №8. – С. 2.
3. *Глазырина, А.М.* Конструкты феминности и маскулинности в интернет-дискурсе: методологический анализ / А. М. Глазырина // Вестник НГТУ им. Р. Е. Алексеева. Серия «Управление в социальных системах. Коммуникативные технологии». – 2015. - №2. – С. 4.
4. *Григорьева, О.Н.* Гендерный аспект именованя человека по его отношению к собственной внешности / О. Н. Григорьева Т. Пынар // Вестник Московского университета. Серия 9. Филология. – 2016. – №. 4. – С. 156.
5. *Копоть, Л.В.* Вербальные формы трансляции гендерной асимметрии / Л. В. Копоть // Дискурс-Пи. – 2019. – Т. 16. – №. 3 (36). – С. 139.
6. *Мид, М.* Мужское и женское. Исследование полового вопроса в меняющемся мире. Москва: Российская политическая энциклопедия (РОССПЭН), 2004. - 416 с.

Гендерные проблемы в современном Китае

Чжэн Ч.

Санкт-Петербургский государственный университет, г. Санкт-Петербург

1. Рабочие вопросы

В 2021 году доля занятых в Китае составила 43,1%, а число работающих женщин - 320 миллионов. Политика занятости женщин в Китае на самом деле относительно дружественная. В каждой провинции и городе действуют разные политики поддержки женщин. Однако это стало проблемой для женщин при трудоустройстве. Если вы планируете выйти замуж и решить завести детей, найти работу будет сложно. Но с точки зрения компании, в этом выборе нет ничего плохого, но социальное состояние, которое он представляет, представляет собой дискриминацию и несправедливость, от которых страдают женщины на рабочем месте. При этом цена женского выбора возрастает. Под экономическим давлением современного общества все больше случаев, когда женщины решают не вступать в брак и сосредоточиться на карьере, либо мужчине приходится нести расходы на их жизнь. Это финансовое давление является очень стрессовым для молодых людей, что также приводит к тому, что мальчикам приходится тратить свое здоровье и время на большее. Только так мы можем достичь экономического уровня, отвечающего потребностям женщин, а иногда они даже не могут его получить.

2. Семейные проблемы

Число браков в 2022 году снова достигло нового минимума: за весь год было заключено всего 6,833 миллиона браков, что стало самым низким числом браков в Китае с 1986 года. Нынешнее социальное и семейное давление привело к увеличению общего возраста вступления в брак. Это привело к снижению уровня брачности и снижению рождаемости. Число новорожденных достигла минимума в 2022 году. Хотя в 2021 году политика трех детей была полностью смягчена, желание молодых мужчин и женщин иметь одного ребенка снижается.

Даже если женщина решит создать семью, цена того, чтобы стать матерью-домохозяйкой, по-прежнему очень высока, включая отсутствие собственного независимого финансового источника, а ее муж может на-

ходиться под слишком большим финансовым давлением и может изменять ей. В этом случае тоже есть очень типичная и серьезная проблема, то есть три поколения живут вместе, то есть с парой живут родители мужчины или женщины. Многие матери мужчин будут очень враждебны к невестке, что вызовет проблемы. Женщина переносит большое жизненное и психическое давление. Если мужчина не сможет успешно урегулировать этот конфликт, то со временем он перерастает в ссору и развод.

Если женщина не является домохозяйкой, а имеет собственную работу, ситуация будет еще сложнее. Потому что в такой ситуации и у мужчин, и у женщин не будет много времени и сил, которые можно было бы посвятить семье из-за работы. Таким образом, возникнет ситуация, когда одному из супругов придется бросить работу, чтобы заботиться о семье.

В настоящее время существует проблема сочетания семейных и профессиональных ролей у матерей-домохозяек, возвращающихся на рабочее место. Многие домохозяйки, потратив примерно три-четыре года на роды и дошкольное обучение детей, вернутся на рабочее место. Однако, возникает вопрос: смогут ли энергия и тело женщин после родов выдержать соответствующее содержание и интенсивность работы.

3. Традиционное народное мышление

Два предложения традиционной китайской мысли с древних времен до наших дней: «Мужчины боятся выбрать не ту профессию, а женщины боятся выйти замуж не за того мужчину», «Для женщины добродетель — не иметь таланта». На самом деле - это воплощение 2000 лет феодальной мысли в Китае с древних времен до наших дней. В древних китайских традициях женщинам не разрешалось ходить в школу, выходить замуж или не иметь детей. Более того, в древнем Китае многоженство было позволено. Под влиянием этой культуры женщины считались аксессуаром мужчин. Существовала также дурная привычка связывать ступни, влиявшая на нормальное развитие стоп. Цель связывания ступней была просто потому, что эстетика того времени считала, что чем меньше ступни, тем красивее они будут. Это повлияло на многие ценности современных женщин. Во многих случаях общество считает, что женщины не могут хорошо выполнять многие работы.

В современном обществе, с развитием технологий, качества людей как рабочей силы становятся все ниже и ниже. Поэтому, когда авторитет современного отца подвергается сомнению, многие требования к женщине перестают действовать.

Но произошло нечто странное. Мы больше не используем феодальные термины для описания современных женщин, однако по-прежнему требуем от мужчин брать на себя больше ответственности, брать на себя больше семейных обязанностей. На мой взгляд, это неправильно. Поскольку мы начали признавать, что в новую эпоху женщин нельзя дискриминировать и относиться к ним как к объектам, как когда-то. Нам нужно относиться к мужчинам и женщинам как к людям с одинаковым статусом. Мужчины и женщины имеют равные обязанности.

4. Текущая ситуация общественного общественного мнения

Общественное мнение Китая теперь больше поддерживает подъем женщин, надеясь, что женщины смогут добиться успеха и стать сильными. Это очень хорошее явление показывает, что все больше женщин начинают понимать, что женщины могут многое. Однако под влиянием этой динамики направление общественного мнения начало постепенно меняться. В Интернете вы можете увидеть, что большинство участников так называемого женского пробуждения и подъема женщин критикуют мужчин за угнетение женщин или провоцирование гендерной оппозиции, критикуют друг друга, чтобы доказать свою правоту. Женщинам часто приходится сравнивать себя с мужчинами, чтобы доказать, почему с ними обращаются несправедливо, но они никогда не видят, какие женщины принимаются в обществе. Нынешнее общественное мнение полагает, что мужчины должны зарабатывать деньги, чтобы содержать семью, а женщинам нужно только быть красивыми дома. За этими словами нет голоса мужчин. Если бы он был, многие женщины забрасывали бы их такими вопросами, как: «Дискриминирует ли это женщин?», «Разве мужчины не должны зарабатывать деньги?» и так далее.

5. Современная ситуация развития феминизма в Китае

В первые дни основания Нового Китая гендерное равенство высоко оценивалось западными феминистками. Под лозунгом «Женщины держат половину неба» возможности женщин в области образования, участия в политической жизни и возможности трудоустройства были

значительно улучшены. Были даже созданы специальные издания и общественные организации. Гендерное равноправие когда-то было важным содержанием пропаганды в социалистических странах. Это легко понять, поскольку равенство является основной ценностью социализма. Немецкая социал-демократка Пеппер опубликовала книгу «Феминизм и социализм», а британское феминистское движение однажды заключило союз с Лейбористской партией. В то время в Китае феминизм фактически уничтожил и в значительной степени очернил свободу выбора женщин в стремлении к красоте. Например, ношение губной помады — форма кокетства для соблазнения мужчин, ношение красивой одежды — мелкобуржуазная расточительность.

Продвижение прав женщин в период Китайской Республики по-прежнему было инициативой сверху, а не осознанным пробуждением женщин снизу-вверх. Даже «Федерация женщин» является «правительственной неправительственной организацией». В этом историческом контексте мы не видели, чтобы по-настоящему способные и знающие женщины действительно вставали, искренне высказывали свое мнение в защиту женщин и выдвигали действительно конструктивные мнения. Но нет, мы видим только то, что женщины в современном обществе часто высоко держат знамя феминизма, чтобы продвигать потребительство и самообъективацию.

6. Подведем итог

1. Гендерные проблемы в Китае сложны и постоянно меняются.

Гендерные проблемы, возникающие в одной и той же социальной среде, никогда не связаны с угнетением только одного пола. Поскольку женщины подвергаются дискриминации на работе, им трудно найти работу, это приводит к большому экономическому давлению. Большинство экономических проблем со временем перерастут в семейные, ведь единственное, без чего не может обойтись ни одна семья, — это финансовые ресурсы.

2. Текущие проблемы демографической структуры Китая

Китай начал проводить политику одного ребенка в 1979 году, что привело к тому непреодолимому факту, что население Китая постепенно сокращается. В нынешней гендерной структуре больше мужчин, чем женщин. Одной из проблем, вызванных такой гендерной структурой, яв-

ляется неравный статус брака. Если мужчины не имеют относительно хороших материальных условий, им трудно найти любимого партнера по браку. Мы не можем игнорировать угнетение как женщин, так и мужчин.

3. Нынешний довольно странный социальный статус-кво в Китае

В китайском обществе очевидно, что если мы критикуем мужчин в Интернете, то получаем много похвал. Это новое привилегированное положение, но уже для женщин. Китайские женщины надеются, что смогут угнетать мужчин. Это не решение гендерных проблем, а акт мести.

Литература:

1. Отчет о статистическом мониторинге «Программы развития женщин Китая (2021-2030)» на 2021 год https://www.stats.gov.cn/sj/zxfb/202304/t20230417_1938687.html

2. *Ю Сюань*, Женская занятость: дилемма и решение политики защиты и реальной дискриминации [J], *Shandong Social Sciences*, 2014(3):48-53,128.

3. *Ся Сюнфэй*: Отпуск по беременности и родам не должен усложнять женщинам поиск работы [J]. *Times Post*, 2022(1):41-41.

4. *Чжан Канси, Ван Яди*, Исследование влияния родов на выбор работы замужними женщинами [J], *Обзор государственного управления*, 2021(3):53-75.

5. *Чэнь Жуй, Цай Шэн*. Свобода женщин в сельской местности Хуайбэй во времена Китайской Республики и сравнение с районами Цзяннань [J]. *Журнал Аньхойского педагогического университета: издание гуманитарных и социальных наук*, 2019(2):70-78.

6. *Шэнь Цзэсюань*, Исследование состояния развития и стратегии феминизма в эпоху новых медиа [Z], *Horizon View*, 2023(6):0089-0091

7. *Гу Минцзе*, Дискуссия о феминистской коммуникации в новой медиа-среде – на примере Sina Weibo [J], *Communication World*, 2016(5):261-262.

8. *Чжан Юймин*, Исследование характеристик феминизма на платформе Weibo [J], *Horizon View*, 2021(12):0425-0425.

9. Статистический ежегодник Китая за 2021-2022 гг. Статистический ежегодник Китая – Национальное бюро статистики (stats.gov.cn)

Семья и брак в современном китайском обществе: тенденции изменений (1978-2023 гг.)

Чжэн Сяокэ, Янь Кайжань

Санкт-Петербургский государственный университет, г. Санкт-Петербург

Китай является древней цивилизацией с длительной историей, традиционные семья и брак всегда носили в себе глубокие культурные традиции и социальные представления. С течением времени китайская семья и брак претерпели заметные изменения, начиная с формальной системы феодального общества и кончая самостоятельным выбором в современном обществе, что является результатом социального развития и культурных преобразований.

Изменения семьи в первую очередь отражаются на процессе формирования семьи. Семья - это продукт брака. Поэтому, цель, время, способ и другие факторы заключения брака влияют на формирование семьи. Со времени реформ и открытости КНР значительным изменением в сфере брака и семьи в Китае стало повышение возраста вступления в первый брак. С развитием постепенной открытостью сознания людей и публичностью политики планирования семьи в отношении поздних браков и поздние роды, поздние браки стали тенденцией времени. Согласно данным "Ежегодника переписи населения Китая-2020" (Седьмая национальная перепись), за последние 30 лет средний возраст вступления в первый брак в Китае в целом увеличился с 23,59 лет для мужчин и 22,15 лет для женщин в 1990 году до 29,38 лет для мужчин и 27,95 лет для женщин в 2020 году [2]. Повышение возраста вступления в первый брак привело к задержке в формировании китайских семей.

После реформ и открытости КНР демографическая структура и размер семьи тоже претерпели огромные изменения. Отчетливо прослеживается одна тенденция развития, которая заключается в «миниатюризации нукlearной семьи»[3]. Традиционная структура большой семьи постепенно была заменена малыми или нукlearными семьями. Микро-семьи и нукlearные семьи быстро росли, а рост индивидуализма в современном обществе серьезно поставил под сомнение первоначальную концепцию семьи. Количество семей “из одного человека” приведет к

отсутствию эмоциональной поддержки для пожизненного семейного ухода по старости. Кроме того, в связи с неравномерным уровнем экономического развития в разных регионах, в целях получения большего личного дохода для поддержания развития семьи наблюдается приток рабочей силы из сельских или слаборазвитых районов в крупные города с более высоким уровнем экономического развития. Отцы и матери в семье вынуждены выходить на работу, и это явление привело к появлению сельских семей, которые формируют бабушки, дедушки и внуки. Нетрудно увидеть, что в структуре семьи стабильные семейные отношения, сформированные родителями и детьми в прошлом, сталкиваются с проблемами различных семейных форм, таких как семьи-одиночки, семьи динк и семьи, состоящие из нескольких поколений.

В феодальном обществе семейная структура Китая демонстрирует очевидные иерархические и феодальные ритуалы и религии. Преобладает структура большой семьи. В этой системе патриархальная власть имеет первостепенное значение, и авторитет старейшин не может быть оспорен. Это также привело к возникновению неравенства внутри традиционных китайских феодальных семей. В традиционных китайских семейных и брачных отношениях разделение ролей между мужчинами и женщинами очевидно, и мужчины доминируют в семье и экономическом обеспечении; женщины в основном берут на себя заботу о семье и наследстве, что приводит к крайне низкому статусу женщин в контексте традиционной патриархальной семьи. Типичным проявлением является то, что женщины в феодальном обществе ограничены в получении образования. С развитием общества и популяризацией образования женское мышление раскрепостилось, и за этим последовало повышение социального статуса женщин. Хотя традиционная патриархальная семья все еще будет оказывать определенное влияние, разделение труда между современными мужчинами и женщинами в семье становится все более равным.

Женщины начинают участвовать в социально-экономической жизни, а мужчины также берут на себя ответственность по уходу за детьми и семьями, формируя семью модель взаимной поддержки и сотрудничества. Мы сравнили результаты нескольких недавних опросов о

социальном статусе китайских женщин [4] и сделали следующие выводы:

1. Подавляющее большинство женщин удовлетворены своим семейным положением, и эта доля растет год от года

2. Благодаря методу участия в принятии решений по семейным делам значительно повысилась доля участия женщин, а также улучшились разделение труда и демократизация.

3. Доля мужчин, участвующих в семейном труде, увеличивается

Кроме того, по мере того, как социальная культура становится все более открытой, значение брака и семьи заключается не только в воспитании потомства и гарантии жизни. Все начали обращать внимание на интимность брака и семьи. Брак начал переход от родительских требований к уважению желаний обеих сторон, и все больше и больше людей стремятся к одинокой жизни. Это привело к увеличению семейных рисков, снижению числа браков и резкому росту числа разводов.

Политика планирования семьи играет важную роль в изменениях, происходящих в китайских семьях и браках. Политика планирования семьи заключается в непосредственном изменении естественного процесса роста населения посредством политического вмешательства и других средств, направленных на достижение баланса между количеством и качеством населения посредством контроля за числом рождений. Политика планирования семьи изменилась с “одна семья и один ребенок” в начале на нынешнюю “трое детей в одной семье”, и ее развитие и трансформация отражают отличительные особенности времени. В первые дни основания Нового Китая желание людей рожать было высоким, а уровень рождаемости населения - высоким. Было необходимо контролировать рост населения, чтобы способствовать экономическому развитию и повышению уровня жизни людей. С дальнейшим развитием общества проблема старения населения, вызванная чрезмерным акцентом на политику “одного ребенка”, становится все более серьезной. Число работников трудоспособного возраста резко сократилось, а готовность людей рожать постепенно снижалась. Китайскому правительству пришлось скорректировать свою политику поощрять деторождение и способствовать росту населения. Стоит отметить, что политика планирования семьи в Китае не закончилась, а постоянно корректировалась с уче-

том социального развития, что подчеркивает гибкость и адаптивность демографической политики китайского правительства [5].

Являясь одним из стержней социальной системы, семья прямо или косвенно проецирует основную траекторию человеческой истории и социального развития. С древних времен в Китае существовала поговорка “собирай людей в семью, а семью собирай в страну”. Эта логика отражает важность семьи и брака в китайской культуре - сначала есть семья, потом есть страна. За длительный исторический период китайские семьи и браки претерпели постепенные изменения, но они по-прежнему сохраняют большую внутреннюю стабильность. Развитие семьи и брака - это динамичный процесс. Со времени реформ и открытости КНР, семья и брак в Китае изменились вместе с развитием общества, продолжая наследование традиций. В будущем, по мере того как общество будет развиваться, семья и брак также будут меняться.

Литература:

1. 姜国柱. 儒学婚姻家庭观的历史演变与现代价值[J]. 咸阳师范学院学报, 2004, 19(1): 40-44.
2. https://www.baidu.com/link?url=pzxZvu2E-tEQAlGQimEmv3q-fM-hEeFuyY7TIWyLQxl-iwYDnNJvw-IRKmAqG56Tk_VNzWN8JZ4ltIx2RqqrciBsQOXYyCSImEMwEMw4Fxe&wd=&eqid=e1f38b970000428400000006657800f7
3. 唐灿. 最近十年国内家庭社会学研究的理论与经验[J]. 中国人口年鉴, 2006.
4. <https://www.xiegaola.com/wenshu/shehuishijian/519719.html>
5. 林晓珊. 改革开放四十年来的中国家庭变迁: 轨迹, 逻辑与趋势[J]. 妇女研究论丛, 2018 (5): 52.

ПЛОЩАДКА 4.
ВОЛГОГРАДСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ
УНИВЕРСИТЕТ,
научный руководитель: к.с.н., доцент Николенко Н.А.,

**Семейные ценности российских женщин поколения «X»:
социологический анализ (на примере г. Волгограда)**

Бадина В.А., Николенко Н.А.

Волгоградский государственный университет, г. Волгоград

Поколение «X» (1967-1984) представляет собой взрослых людей, многие из которых имеют собственные семьи, воспитывают будущее нашей страны - современную молодежь. Роль женщин в этом процессе, безусловно, велика. Именно по этой причине мнение женщин данного поколения относительно вопросов семьи и брака вызывает определенный интерес, так как их мировоззренческие установки оказывают существенное влияние на формирование жизненных ориентаций детей, определяя в дальнейшем их поведенческие стратегии. Как справедливо отмечает Таланова К.А., ценности выражаются как в идеалах и в личностном смысле жизни, так и в социальном поведении людей [1].

Для выявления семейных ценностей российских женщин поколения «X» авторами статьи было проведено в сентябре-ноябре 2023г. пилотажное социологическое исследование методом глубинного интервью. В качестве информантов выступили 26 женщин в возрасте от 38 до 45 лет, имеющие детей и опыт семейной жизни (19 женщин – на момент интервью были замужем, 7 женщин в разводе). Все женщины имеют образование (17 женщин- высшее; 9 женщин - среднее специальное). 24 женщины работают и только 2 женщины являются домохозяйками.

Нас интересовали такие аспекты, как: детство и юность информантов; факторы, оказывающие влияние на формирование и изменение семейных ценностей женщин поколения «X»; образ «идеальной семьи» в представлении информанток; их мнение о своей семье и ее создании; а также образ будущего их детей.

В ходе исследования удалось выяснить, что, несмотря на имеющиеся трудности (в том числе и материальные), родители всех информанток не оставляли их без внимания, заботились о них. Поэтому и сами информантки сейчас относятся к своим детям также, потому что считают это правильным и естественным: «Воспоминания о детстве и родительской семье только хорошие. Атмосфера в семье была доброжелательной, родители старались все для нас с братом делать» (Ж.,45лет); «У меня осталось много положительных воспоминаний о детских и подростковых годах моей жизни, несмотря на все трудности, которые испытывала семья: мы часто переезжали, т.к. отец был офицером. Приходилось постоянно менять места обучения (школы), бытовая неустроенность тоже была» (Ж., 41год).

Юность информанток была достаточно интересной. Они увлекались многим: чтением, танцами, кино, шитьем, вязанием, спортом. Для данного поколения характерно увлечение зарубежной культурой, кумирами и пр. Это подтверждают высказывания, которые можно представить как типичные: «Тогда иностранная мода в одежде была для нас ориентиром. Мы хотели одеваться в яркие красивые вещи. Мама нам шила, вязала и меня многому научила» (Ж.,39 лет); «Я научилась шить, потому что хотела быть модной, такой же красивой, какими были девушки в журналах мод» (Ж., 38 лет). Но не только мода занимала респонденток, многие из их уже с юного возраста задумывались о будущем, и прежде всего об образовании. «Родители всегда повторяли нам с сестрой, что нужно получить специальность, хорошо учиться. Они оказались правы. Когда я развелась, моя специальность бухгалтера помогла мне остаться на плаву» (Ж.,40 лет); «У меня четко сформировалось убеждение, что образование надо получить обязательно» (Ж.,43 года); «Я в основном увлекалась учебой, много книжек читала...» (Ж.,42 года).

Разделяя точку зрения ряда исследователей о том, что поколение надо рассматривать, как некое особое единство общественного положения, распространяющееся на определенные возрастные группы, вовлеченные в социально-исторический процесс [2,3], следует отметить, что женщины поколения «X» вместе выросли в разные периоды истории нашей страны. Они застали Брежневскую эпоху, горбачевскую перестройку (1985-1991), распад СССР и переход России к рыночным отно-

шениям. Что не могло не отразиться на их жизненном опыте и убеждении о значимости семьи и родственных отношений в жизни человека. И, безусловно, на формирование семейных установок женщин поколения «Х» повлияла родительская семья, основные черты которой хотели повторить уже в своей семье все информантки. В подтверждение этому приведем несколько высказываний: «Если говорить про нашу семью, то мне она запомнилась дружной, любящей. Понятно, что, скорее всего, были какие-то конфликты, наверное, но незначительные. Думаю, что она для меня всегда была примером» (Ж.,44 года). Приблизительно такие же теплые слова были сказаны и другими женщинами о семьях, в которой они выросли, одна из которых подчеркнула: «Для меня идеальная семья - семья полноценная. Чтобы были папа, мама, дети. Это семья, где царит обязательно любовь, счастье, взаимопонимание. Это самое главное. Обязательно должен быть союз людей, которые помогают друг другу, поддерживают. И ценят, конечно же» (Ж.,42 года). Принимая во внимание все высказывания, сделанные в данном ключе, можно заключить, что жизненные ценности женщин «Х» формировались, в основном, под влиянием семьи, в которых они росли и воспитывались.

В ряду наших исследовательских интересов был вопрос, касающийся представлений женщин поколения «Х» об идеальной семье. В результате анализа собранных интервью, было выявлено несколько основных составляющих компонентов, присущих, по мнению информанток, идеальной семье. Во-первых, в семье обязательно должны присутствовать мать и отец, дети (желательно двое-трое), бабушки и дедушки (которые могут проживать отдельно). Во-вторых, в идеальной семье психологическая атмосфера должна быть благополучной, а отношения строились на основе любви, уважении, доверии, поддержке и взаимовыручке. В-третьих, атрибутами идеальной семьи, по мнению большинства информанток (такой точки зрения придерживались 18 человек), являются материальный достаток и хорошие условия проживания. благополучие, хорошие которое может быть достигнуто. Неудивительно, что первая и третья составляющие важны для поколения «Х», поскольку их жизнь проходила в тяжелых условиях, а перед глазами в основном был хороший пример родителей. Все это подтверждают следующие слова информантки: «Идеальная семья должна состоят из мужа, жены и двоих детей, бабушки

и бабушки. Семья должна иметь большую квартиру или дом, где всем хватает места. Родители работают. Дети им помогают по дому. В семье все любят друг друга. Нет конфликтов, постоянных ссор. Идиллия, в общем. Члены семьи прислушиваются и уважают мнение всех членов семьи, не нарушают личных границ, пространства» (Ж., 44 года).

Удалось также выявить, что семья для женщин «Х» выступает неотъемлемой частью их жизни, поскольку именно она дает человеку все то, что необходимо для его полноценного существования и адаптации к быстроизменяющейся внешней среде. Семья это не просто ячейка общества, это пространство, в котором человек учится взаимодействию с другими людьми, формирует свои жизненные ценности, приобретает опыт, необходимый для дальнейшей жизнедеятельности.

Стоит также отметить и то, что среди опрошенных женщин были и те, которые считают приемлемым для себя такую форму длительных отношений, как «гражданский брак», который может впоследствии не перейти в юридически оформленный. Данной точки зрения придерживались две женщины, состоящие в официальном браке, и 5 разведенных женщин. Для них главное, чтобы были хорошие отношения, жили дружно и заботились друг о друге. Остальные информантки, допуская возможность добрачных отношений и даже считая этот опыт полезным, позволяющим лучше узнать друг друга, все же подчеркивали, что период «гражданских» добрачных отношений не должен слишком затягиваться и завершаться заключением официального брака. Другими словами, семья для женщин поколения «Х» является жизненно важной существованием.

Будущее своих детей женщины поколения «Х» хотели бы видеть, безусловно, счастливым и благополучным, в котором бы гармонично сочетались прочные семейные отношения и возможности профессиональной самореализации: «Надеюсь, что дети найдут свое призвание и хороших людей, которые будут с ними и в горе, и в радости. Хотелось бы, чтобы они никогда ни в чем себе не отказывали, как это делали мои родители, да и мы тоже, в первое время» (Ж., 40 лет). На вопрос: «Какие ценности Вы хотели бы передать своим детям?», были получены следующие ответы: «Ценность семьи и самой жизни, чтобы поступали честно, по совести. Это те ценности, которые очень важны для меня. И это

вечные ценности. И это ой как им пригодится в жизни» (Ж., 45 лет); «... быть людьми, ну, то есть, уважать других, любить, ценить. Чтобы умели доверять людям, думаю, в наше время доверия вообще никакого нет. Чтобы были добрыми, честными и верными своим принципам и людям» (Ж., 38 лет). Таким образом, прослеживается взаимосвязь между тем, каким родители хотят видеть будущее своих детей и тем, какие жизненные ценности и ориентиры они им прививают (заключение официально оформленного брака на основе взаимной любви; наличие детей в семье, создание благоприятной психологической обстановки, а также стремление к достижению честным путем материального уровня, необходимого, в том числе, для удовлетворения интеллектуальных и духовных потребностей членов семьи).

Безусловно, представленные выводы могут распространяться только на ту группу информанток, которые приняли участие в данном социологическом исследовании. Но несмотря на это, хочется надеется, что от детей наших информанток следует ожидать установок на доброжелательные отношения к окружающим и создание собственных семей. Однако, для получения более убедительных аргументов, было бы целесообразно провести опрос среди детей информанток, что авторами данной статьи и планируется сделать в ближайшее время.

Литература:

1. *Таланова К. А.* Теории ценностей в классической и современной социологии / К. А. Таланова // XX Международная конференция памяти профессора Л. Н. Когана «Культура, личность, общество в современном мире: Методология, опыт эмпирического исследования», 16-18 марта 2017 г., Екатеринбург. - Екатеринбург: УрФУ, 2017. - С. 594-601. - Текст непосредственный.
2. *Мангейм К.* Проблема поколений / К. Мангейм - Текст непосредственный // Новое литературное обозрение - 1998. - № 30. - С. 17-28.
3. *Strauss W., Howe N.* Generations. The History of America's Future, 1584 to 2060. N.Y. 1991.

Манипуляции как повседневные практики в социальном институте семьи

Полтавская М.Б., Чернова А. А.

Волгоградский государственный университет, г. Волгоград

В современном обществе манипуляция широко используется как тип влияния в различных сферах жизни, также не исключая и повседневную. Манипуляция может происходить на макроуровне – в сфере массовой культуры, в социальных сетях, на телеэкранах, в рекламе, при управлении группами и сообществами, а также на микроуровне – в процессе повседневного общения, в кругу партнеров, среди близких людей в семье. Человек не всегда осознает, что им манипулируют и, следовательно, не осознает последствия манипуляции. В связи с этим вопрос о манипуляции как о типе социального воздействия является актуальным для современной науки, которая фиксирует новые формы и средства манипуляции, а также выявляет причины, способствующие распространению манипулятивных технологий в современном обществе.

Для начала обратимся к терминологии, то есть к понятию «манипуляция». Манипуляция (от лат. *manipulus* - горсть, пучок) – это «система способов социального воздействия на людей при помощи различных средств массовой коммуникации (экономической, политической, социальной, массовой информации) с целью навязывания им определенных идей, ценностей, форм поведения и т.д.» [7, с. 129]. Манипуляция на уровне межличностных отношений представляет собой вид психологического воздействия, который приводит к «к скрытому возбуждению у другого человека намерений, не совпадающих с его актуально существующими желаниями» [1, с.59]. В обоих случаях манипуляция является воздействием.

О манипуляции в семье, о манипуляционных способах воздействия в межличностных отношениях пишут отечественные исследователи, в частности, А.О. Новикова, А.А. Мельникова [3], Е.С. Петрашевская [5]. Смежные проблемы – «токсичные» отношения в семье, построенные на манипуляции, газлайтинг, абьюзивные отношения – поднимают в своих работах Л.М. Нигматуллина [4], А.В. Раскевич [6].

Социальный механизм манипуляции основывается на трех элементах. Во-первых, процесс внедрения в сознание человека истинных, ложных и полужоных представлений. Чаще всего осуществляется через масс-медиа с учётом особенностей сознательных и бессознательных процессов, а также спецификацию социальной среды. Во-вторых, освоение и осмысление идей, внушаемых человеку с целью выдать ложное за правду. В-третьих, деятельность личности, результат успешно применённой манипуляции [2].

Манипуляция является механизмом воздействия на других людей для достижения определенных целей. Она может быть основана на разных содержательных критериях, таких как образы, предметы, личность и духовная сфера. Важно понимать, что эти виды манипуляций не являются единичными, а могут сочетаться друг с другом. Как правило, манипуляция носит отрицательный характер и может навредить людям. Воспользовавшись знаниями о механизмах манипуляции, можно научиться узнавать ее проявления и защититься от нее, а также использовать их в конструктивных целях.

В данной работе манипуляция рассматривается как воздействие в кругу семьи. Во многих семьях возникают манипулятивные действия в отношении друг друга, основанные на лжи и использовании «слабых мест». Отсутствие искреннего доверия, недостаточная готовность понимать и поддерживать близкого человека создают условия для такого взаимодействия. Эти манипуляции могут быть осознанными или неосознанными, часто сочетают в себе обман и самообман. Человек может не осознавать, что его действия имеют манипулятивный характер и считать себя честным, но анализ взаимодействия показывает разрыв между манипулятивными действиями и желаемым результатом.

Прежде всего целью манипулятора является удовлетворение собственных потребностей за счет другого индивид, в данном случае за счет супруга/супруги, также возможны случаи, когда актер удовлетворяет свои потребности, направляя манипулятивные действия на детей. Чаще всего это незаметное действие, индивид стремится к своей цели, не задумываясь о чувствах и потребностях своего партнера. Самыми распространенными способами манипулятивных действий в кругу семьи явля-

ются воздействие на: чувство вины; самооценку; чувство жалости; любовь; страх; угроза.

Рассмотрим типы манипулятивных действий. Манипуляции чувствами вины и неуверенности в себе могут не всегда совпадать. Например, один из партнеров может использовать фразу «кому ты такая/-ой нужна/-ен» для подавления уверенности в себе его/ее партнера, без воздействия на чувство вины. В этом случае цель партнера-манипулятора скорее всего не унижить жертву, а убедить её остаться рядом с ним. Он пытается укрепить своё «право собственности», которое может заключать в себе страх потери, одиночества и неуверенность. Манипулятор не готов признать открыто, что партнер ему нужен и что он боится его потерять. Вместо того, чтобы сказать «я хочу, чтобы ты всегда был/-а рядом, это очень важно для меня», такой партнер использует обман, чтобы лишить жертву осознания своей ценности и удержать её рядом с собой. Таким образом, он манипулирует ей, поддерживая у нее чувство неуверенности в себе. Манипуляция чувством вины еще может проявляться в том, когда партнер обижается (беспричинно и на постоянной основе), в таком случае цель снова в обращении внимания на себя.

Часто можно заменить как в отношениях партнеры прибегают к совмещению двух путей манипулирования – к жалости и любви. По отдельности это является распространёнными видами, например, на жалость давят, когда хотят что-то получить от своего партнера, например, какие-либо привилегии, а также привлечь внимание. Это может проявляться в имитации болезненного состояния, в приукрашивании истории и т.п.

Манипуляция любовью партнер применяет с такими же целями, как и с жалостью – это привлечение внимания и получение выгоды. Это проявляется активно в фразе «ты меня не любишь, если не сделаешь/не скажешь «что-то»» и жертве манипуляции приходится выполнять действие, чтобы доказать серьезность намерений и свою любовь.

Когда речь идет о совмещении двух типов манипуляций, цель остается идентичной — обратить на себя внимание и получить сочувствие. В данном случае партнер-манипулятор хочет добиться полного внимания и заботы от своего партнера, что в принципе не является возможным. В таких манипуляциях фразы похожи на: «если ты меня любишь, то должен

жалеть меня, и если жалеешь, то должен сделать то-то для меня/за меня/ради меня. А если не сделал, значит, совсем не жалеешь и, следовательно, не любишь меня».

Следующий тип манипуляции — это использование страха. Супруги могут использовать страхи друг друга — страх потери взаимной любви и поддержки, страх быть оставленным один на один, страх из-за репутации (если партнер раскроет негативную информацию о вас) и другие тревоги. Партнеры-манипуляторы имеют в данном случае огромное влияние на свою жертву, потому что многие боятся обращаться в полицию и стыдятся того, что может быть обнародовано, продолжают отношения с таким человеком, считая, что выбора у них не осталось. Страх одиночества является одним из ключевых для индивида как существа социального. Когда кто-то управляет человеком, который испытывает страх, это может привести к полной подчиненности и потере собственной воли. Личность жертвы пропадает, она может стать марионеткой, если не сможет заметить, кем является ее партнер.

Угрозу можно рассматривать как тип манипуляции. Когда партнер-манипулятор говорит жертве, что «либо ты делаешь, что я тебе говорю, либо мы расстаёмся» или «если ты меня бросишь, то я покончу с собой». Можно сказать, что данная манипуляция основана на страхе, однако здесь налицо угроза, чтобы привязать партнера к себе.

Итак, партнер-манипулятор прежде всего пытается обратить на себя внимание с помощью жалости, угроз, страха и т.п. Манипулятор преследует цель — привязать партнера к себе, проявить свой эгоцентризм, иначе — стремится к доминированию над жертвой. Можно предположить, что для партнеров-манипуляторов характерен страх одиночества, поэтому они пользуются манипулятивными приемами, чтобы сделать партнера зависимым. Чаще всего манипуляторы — это люди, которые ищут индивидов, которые по морально-волевым качествам слабее манипулятора, чтобы за их счет повысить свою самооценку.

Литература:

1. *Доценко Е. Л.* Психология манипуляции: феномены, механизмы и защита. М., 1997. 344 с.

2. *Колесникова Г.И.* Сущность механизма манипуляции сознанием личности: социально-философский аспект // Социально-гуманитарные знания. 2008. № 8. С. 54-62.
3. *Новикова А.О., Мельникова А.А.* Манипуляции в общении как фактор возникновения конфликтов между супругами // Проблемы социальной психологии и социальной работы. Материалы XVIII Всеросс. Парыгинской науч.-практ. конф. с междунар. участием. Санкт-Петербург, 2023. С. 111-113.
4. *Низматуллина Л.М.* Абьюзивные отношения между супругами // Российская наука: актуальные исследования и разработки. Сб. науч. статей XIII Всеросс. научно-практ. конф. Самара, 2022. С. 219-222.
5. *Петрашевская Е.С.* Способы противодействия манипуляции в межличностных отношениях // Прикладная психология и психоанализ. 2019. № 1. URL: <http://ppip.idnk.ru> (дата обращения 01.12.2023)
6. *Раскевич А.В.* Газлайтинг в семейных отношениях: проблемы и пути их разрешения // Наука XXI века: актуальные направления развития. 2022. № 1-1. С. 196-199.
7. Социология: Словарь-справочник. Краснодар: Диапазон-В, 2006. 352 с.

Искусственный интеллект в жизни современной российской молодежи (региональный аспект)

Денисова М.Р., Николенко Н.А.

Волгоградский государственный университет, Волгоград.

В современном обществе влияние искусственного интеллекта (ИИ) становится все более заметным во всех сферах жизни общества: от автоматизации производства до использования в медицине, образовании, средствах коммуникации и т.д. Термин «искусственный интеллект» был впервые введен английским математиком Аланом Тьюрингом («Вычислительные машины и разум», 1950), который задал сакраментальный вопрос: «Может ли машина мыслить?» [1]. В настоящее время изучением возможностей искусственного интеллекта занимается целый ряд учёных (Джеффри Хинтон, Джордж Буль, Готфрид Лейбниц, Чарльз Бэббидж,

Илон Маск) [2]. Искусственный интеллект относится к моделированию человеческого мышления в машинах, которые запрограммированы думать, как люди, и имитировать их действия. Термин может быть также применен к любой машине, которая проявляет черты, связанные с человеческим разумом, такие как обучение и решение проблем. К примеру, «небольшая» частичка искусственного интеллекта есть в смартфоне, который обладает такими функциями как синтез речи и распознаватель текста. Технология «Умный» дом представляет собой систему, позволяющую объединить все коммуникации и поставить их под управление искусственного интеллекта, программируемого и настраиваемого под все потребности и пожелания человека [3]. В «Яндексе» машинное обучение (в том числе и нейросети) используется повсеместно: оно помогает лучше понимать смысл поисковых запросов пользователей, строить оптимальные маршруты в «Навигаторе», с высочайшей точностью прогнозировать погоду и многое другое [4]. Следует также упомянуть таких виртуальных голосовых помощников, как Siri, Алиса, Google, Маруся, Алекса и др., помогающим людям работать, учиться и развлекаться.

В целях выяснения значимости искусственного интеллекта в повседневных практиках современной молодежи, в ноябре 2023 года в Волгограде авторами статьи методом Интернет-опроса было проведено пилотажное социологическое исследование «Искусственный интеллект – виртуальный помощник человека». В опросе приняли участие 56 человек в возрасте от 18 до 36 лет (М -16, Ж - 40).

Вопросы анкеты касались разных аспектов использования виртуальных голосовых помощников в повседневной жизни: предпочтений в выборе виртуальных голосовых помощников (Алиса, Siri, Маруся и др.), целей их применения, степени доверия получаемой информации, оценки их помощи человеку. А также выявления мнений респондентов о том, способствует или препятствует искусственный интеллект развитию личности человека и каковы перспективы использования искусственного интеллекта в будущем.

Анализ полученных результатов позволил выявить, что все респонденты (девушки и юноши) понимают, что представляет собой искусственный интеллект (См. Рис. 1).

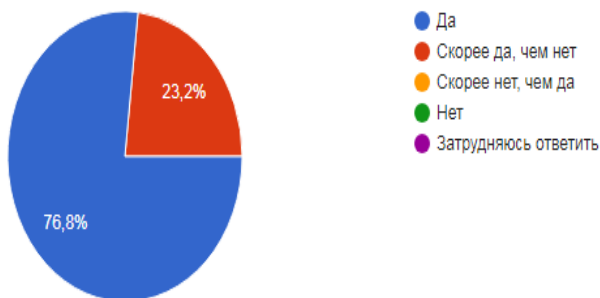


Рис. 1. Осведомленность современной российской молодёжи о понятии искусственного интеллекта.

В своей практике респонденты используют технологии искусственного интеллекта в формате виртуальных голосовых помощников. Наибольшей популярностью пользуются Алиса (98,2%), Siri (76,8%) и Маруся (62,5%). Остальные (Алекса, Google, Chat GPT, Бот Олег и т.д.) практически остались без внимания респондентов, лишь 1,8% опрошенных отметили их применение.

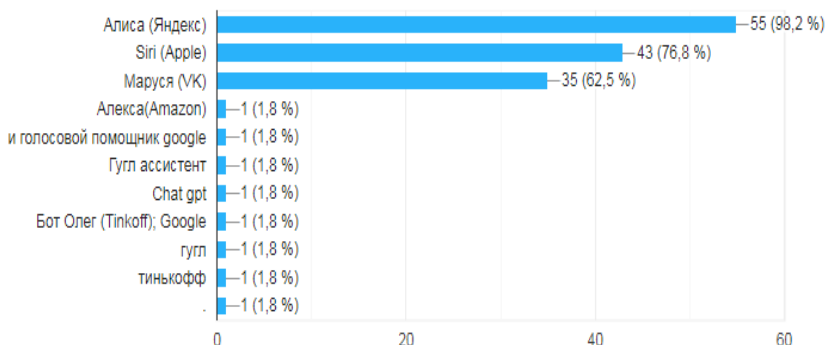


Рис. 2. Осведомленность и использование респондентами виртуальных голосовых помощников*.

*Примечание: допускался выбор нескольких вариантов ответов.

Определенный интерес, на наш взгляд, представляет собой полученные данные, раскрывающие цели использования виртуальных голосовых помощников. Так, большинство респондентов «прибегают» к его помощи для получения сведений из Интернета о новостях и погоде (42,9% респондентов); для управления «Умным» домом /робот-пылесос, Яндекс-станция с Алисой и т.д./ (26,8%); покупок в онлайн-режиме (19,6%) и для иных личных нужд /поставить будильник, переключить музыку в наушниках, для быстрого набора звонка и т.д./ (10,7%). То есть использование искусственного интеллекта, в том числе виртуальных голосовых помощников, становится все более распространенным среди молодежи. В то же время 8,9% респондентов не используют искусственный интеллект в своей повседневной жизни. Объяснить это можно тем, что часть респондентов предпочитает традиционные способы выполнения задач и/или имеют определенные опасения, проблемы с использованием этих технологий (См. Рис.3).

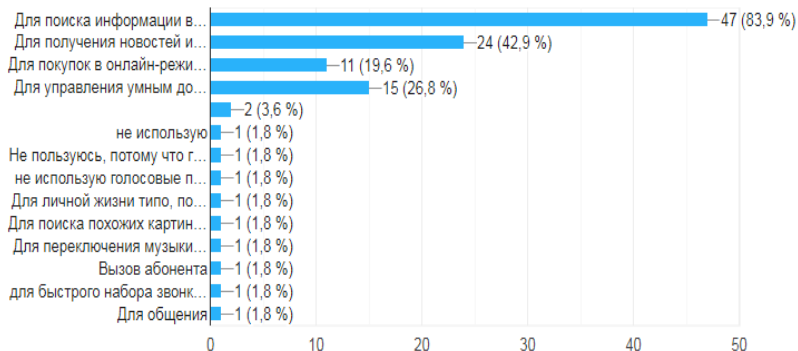


Рис. 3. Цели использования виртуальных голосовых помощников респондентами*.

*Примечание: допускался выбор нескольких вариантов ответов.

Большинство респондентов доверяют информации, полученной при помощи виртуальных голосовых помощников либо полностью, либо частично. И только небольшая их часть не доверяет информации, полученной при помощи виртуальных голосовых помощников (См.

Рис.4), что может быть обусловлено недостаточной осведомленностью о методах сбора и обработки информации, а также возможностью искажения результатов их работы.

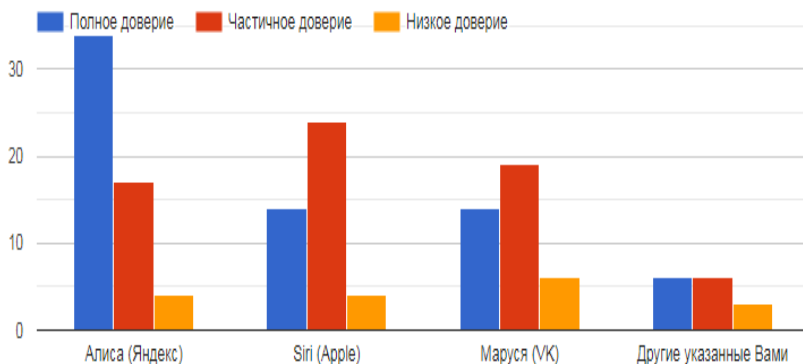


Рис. 4. Доверие молодежи к информации, полученной при помощи искусственного интеллекта.

Мнения о том, что искусственный интеллект способствует развитию личности человека, придерживается половина опрошенных респондентов, из них 76,9% считают, что искусственный интеллект помогает формировать такие качества, как дисциплинированность и планирование своего времени, что достаточно важно в условиях быстрого темпа жизни и загруженности современного человека. Так, 69,2% респондентов отметили, что технологии использования искусственного интеллекта предоставляют доступ к огромному объему информации, в том числе обучающей, сокращают временные затраты на поиск необходимой информации, создают благоприятные условия для обучения, позволяют расширить круг интересов. На это указали 53,8% респондентов. В то же время 42,9% респондентов придерживаются другого мнения: использование искусственного интеллекта «расслабляет» людей, ограничивает мыслительную деятельность, в том числе и творческую, развивает клишированное мышление (См. Рис.5).

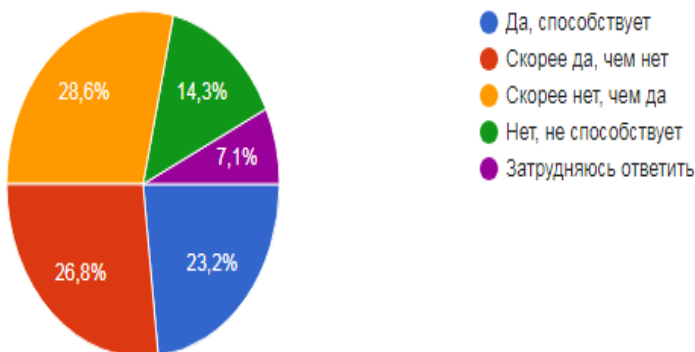


Рис. 5. Влияние искусственного интеллекта на развитие личности: мнение респондентов.

В будущем роль искусственного интеллекта в жизни общества будет усиливаться. Респонденты подчеркнули, что данные технологии помогут дальнейшему развитию медицины, военно-промышленного комплекса, исследованиям космоса и мирового океана, бытовой сферы и др. Вместе с тем следует задуматься о влиянии негативных социальных последствий использования искусственного интеллекта и развития робототехники на развитие личности, которые начинают заявлять о себе сегодня (люди ленятся производить простые математические действия во время покупок, выполнения учебных заданий / производства математических расчетов, написания курсовых и выпускных работ;/ потребляют непроверенную информацию, теряют навыки критического мышления) и возможно к ним в будущем добавятся и другие. Например, прогнозируемое сокращение рабочей недели до трех дней благодаря применению роботов и других форм искусственного интеллекта может привести к потерям трудовых навыков, безработице и др. [5,6]. Все это вызывает необходимость подготовки людей к жизни в будущем обществе. И эту важную миссию должен осуществить, прежде всего, институт образования.

Подводя итог вышеизложенному, можно заключить:

1) Подавляющая часть молодых людей, принявших участие в исследовании, проявляют большой интерес к развитию и использованию искусственного интеллекта и рассматривают его как важный ресурс для

развития разных сфер общественной жизни. Вместе с тем, среди респондентов нашлись и такие, которые ограничивают использование искусственных технологий в своих повседневных практиках. Причем гендерной асимметрии не обнаружено ни в первой, ни во второй группе респондентов.

2) Респонденты осознают возможные социальные угрозы, связанные с использованием искусственного интеллекта: сокращение рабочих мест, влияние на умственные способности человека, его трудовые навыки. Но пока не задумываются о том, как это отразится в будущем на их личной жизни и над тем, что уже сегодня надо готовиться к жизни в рамках следующих этапов развития цифрового общества, которые коренным образом будут отличаться от современного этапа. Гендерная нейтральность была зафиксирована и в этих случаях.

3) В связи с указанными рисками необходимо активизировать работу по образованию и просвещению молодежи в сфере развития искусственного интеллекта и преодолению социальных угроз, связанных с его использованием, чтобы молодые люди могли не только применять эти технологии в будущем, но и обезопасить себя в плане профессиональной деятельности.

Литература:

1. Алан Тьюринг [пер. с англ. К. Королева]. Вычислительные машины и разум. - М.: Издательство АСТ, 2018. -128 с.- Текст непосредственный.

2. Новиков Ф.А. Символический искусственный интеллект: математические основы представления знаний: учебное пособие для вузов /Ф.А.Новиков- М.: Издательство Юрайт, 2020. -279 с.- Текст непосредственный.

3. Рябова А.А. Интеллектуализация архитектуры информационных систем для управления технологическими процессами /А.А.Рябова - Пятигорск: Рекламно-информационное агентство на Кавминводах, 2016.- С. 654–661. - Текст непосредственный.

4. Технология «Диско»: как работает рекомендательная платформа «Яндекса». -Текст: электронный / Загл. с титул. экрана – URL: <https://3dnews.ru/916240> (дата обращения: 27.11.2023).

5. *Морхат П. М.* Риски и угрозы, связанные с применением искусственного интеллекта / П.М.Морхат. - Текст: электронный// Аграрное и земельное право - 2017.- № 12 (156). - С.60-65- URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/riski-i-ugrozy-svyazannye-s-primeneniem-iskusstvennogo-intellekta/viewer> (дата обращения 20.11.2023).

6. *Лукичёв П.М., Чекмарев О.П.* Риски применения искусственного интеллекта в краткосрочном периоде/ П.М. Лукичёв, О.П.Чекмарев – Текст электронный // Вопросы инновационной экономики. – 2023. – Том 13. – № 4. - URL: <https://1economic.ru/lib/119359>– doi: 10.18334/vines.13.4.119359 (дата обращения: 15.11.2023). - Режим доступа: Первое экономическое издательство.

Гендерные аспекты

профессиональной деятельности женщин-полицейских

Санникова А.С., Модина И.А., Войтов А.В.

ФГКОУ ВО «Волгоградская академия» МВД России, г. Волгоград

Традиционно правоохранительные органы воспринимаются как гендерно-ориентированный социальный институт, поскольку они исторически были преимущественно мужскими организациями, где женщины чаще всего занимали более низкие должности. В результате этого, правоохранительные органы были олицетворением традиционных мужских ценностей, таких как сила, напористость и авторитет. С течением времени многое изменилось, женщины активно вступают в ряды органов правопорядка и на данный момент это 30% от всех служащих системы. За длительный период службы в полиции женщины овладели всеми необходимыми навыками профессии и проявили себя на равне с мужчинами. Они разрабатывают планы различных операций и успешно ими руководят, несут службу в патруле по территориям городов РФ, осуществляют поимку и задержание преступников как вооруженных, так и нет, конвоируют, а также следят за соблюдением правил дорожного движения.

Женщина-полицейский – та, которая распутывает резонансные преступления, не щадя своих сил разыскивает пропавших людей, эти ис-

тории интересуют многих кинорежиссеров. Ведь правда, что женщинам в форме посвящено немало стихов и фильмов.

Впервые женщины появились в полиции на территории Российской империи в 1916 году. Женщин тогда не часто можно было встретить в рядах военнослужащих, помимо этого их не допускали к информации, составляющей государственную тайну. Хотя после Октябрьского переворота произошли изменения и женщины встали наравне с мужчинами, что было закреплено законодательно. Но на практике все было совсем не так и женщин-полицейских на улице можно было увидеть только, если была нехватка мужчин [1].

В большинстве случаев женщин отправляли работать на производство. В обязанности женщин входило досматривать работников производства и выявлять факты кражи государственного имущества. После окончания Великой Отечественной войны вновь произошли изменения. На тот момент в органах внутренних дел осуществляли служебную деятельность около двадцати тысяч сотрудниц. Основная их часть несла службу в подразделениях уголовного розыска [2].

В настоящее время женщина в рядах правоохранительных органов уже не новость. С каждым годом количество женщин на службе неуклонно растет. Сотрудницы не только занимают «сидячие» должности, но и работают вместе с мужчинами, наравне с ними.

В качестве главных критериев при определении службы в полиции (как жизненной цели) выделяются интерес к разнообразию в данном виде деятельности и желание девушек доказать обществу, что они не беззащитные существа, а сильные, своенравные и независимые. Своего рода это доказательство миру равноправия полов. Все женщины разные: по весу, росту, физическим и умственным способностям. Говоря о женщинах, имеющих черты мужского характера (готовность дать отпор в физическом плане, жесткость в принятии решений, умение говорит так, чтобы тебя боялись и т.д.), служба в правоохранительных органах замечательный шанс продемонстрировать свои особенные качества. Что касается более хрупких представительниц -перспектива стать более строгой, закалить характер, а также узнать много интересного, принять опыт в общении с более решительными людьми.

О поступлении женщин на службу в ОВД на данный момент времени можно судить по статистическим данным. Это количество равно примерно 38% относительно мужской половины. После прохождения всех вступительных испытаний, отсеяв более слабых конкуренток, они с неподдельным интересом и усердием осваивают программу на разных факультетах образовательных учреждений системы МВД. В последствии немалая часть женщин-полицейских прекрасно показывают себя в роли инспекторов ПДН. Женщина, как никто, может оказать влияние на трудных детей и подростком, она знает, как нужно манипулировать сознанием ребенка, чтобы направить его в позитивный поток его жизнедеятельности. Так называемая, бумажная работа преобладает в деятельности женщин, в том числе в правоохранительных органах. Женщины-сотрудники правоохранительных органов выполняет различные задачи, связанные с расследованием преступлений, проведением дознания, судебными процессами и охраной заключенных. Женщины на этих должностях имеют те же права и обязанности, что и их мужские коллеги, и должны проходить ту же подготовку и обучение. Женщины в правоохранительных органах играют важную роль в обеспечении безопасности общества и защите прав граждан.

Если размышлять о сложностях для женщин-полицейских во время службы, первое что приходит на ум это уровень напряжения на работе в психологическом плане. Чаще всего женщины сталкиваются с минимальным количеством времени для отдыха или даже его отсутствием. К сожалению, занятость на работе непосредственно оказывает негативное влияние на семейные отношения. У многих отсутствует личная жизнь. Мужья не готовы принимать постоянное отсутствие своей девушки/жены дома. Это все приводит к повышению процентов разводов на профессиональной почве.

Если отставить все эти негативные факторы, то женщины, несмотря на ряд ограничений в своей жизни, готовы окунуться с головой в служебную деятельность. Остаются в профессии те девушки, которые, несмотря на все трудности, сумели прекрасно показать свои навыки и знания, полюбить до деталей свою профессию, а также целиком и полностью без зазрения совести окунуться в данную деятельность. Именно та-

кие представительницы вызывают уважение и восхищения со стороны коллег мужского пола.

Исходя из вышесказанного, перспективы внедрения женщин на службу органов внутренних дел не исчерпаны на сегодняшний день. Однако их эффективность в профессиональных аспектах во многом определяется учетом их социальных ролей – матери, жены. Поэтому инициативы, нацеленные на совершенствование прохождения службы женщинами в органах внутренних дел, должны учитывать функции и задачи женщин в обществе.

В настоящее время существуют исследования и программы, направленные на изучение и решение проблем, связанных с гендерной проблематикой в правоохранительных органах. Они направлены на изменение представлений о том, какие качества и навыки являются ключевыми для работы в правоохранительных органах, а также на создание условий для равного участия и профессионального развития как мужчин, так и женщин в этих организациях.

Литература:

1. *Скилягин А. Т., Любвин Р. М.* Сыщики Петербурга: документальные очерки о конкретных делах и специалистах уголовного сыска. СПб., 1988. С. 31.

2. *Скилягин А. Т.* Дела и люди Ленинградской милиции: очерки истории. Ленинград, 1967. С. 125 — 154.

3. *Нижник Н. С., Стоцкий А. П., Федоринова Е. А., Карчевская Н. И.* Молодые исследователи — юридической науке: об участии слушателей, курсантов и студентов в международной научно-теоретической конференции «Государство и право: эволюция, современное состояние, перспективы развития (навстречу 300-летию российской полиции)» // Вестник Санкт-Петербургского университета МВД России. 2016. № 2(70). С. 214–218.

4. *Нижник Н. С., Стоцкий А. П., Федоринова Е. А., Карчевская Н. И.* Научный форум молодых исследователей, посвященный 300-летию полиции России (часть II) о международной научно-теоретической конференции «Государство и право: эволюция, современное состояние, перспективы развития (навстречу 300-летию российской полиции)» // Вест-

ник Санкт-Петербургского университета МВД России. 2016. № 3(71). С. 210–214.

5. *Нижник Н. С., Стоцкий А. П., Федоринова Е. А.* «Полиция есть душа гражданства и всех добрых порядков» // Вестник Санкт-Петербургского университета МВД России. 2017. № 2(74). С. 237–240.

6. *Нижник Н. С., Стоцкий А. П., Федоринова Е. А.* Полиция — «фундаментальный подпор человеческой безопасности и удобства» // Вестник Санкт-Петербургского университета МВД России. 2017. № 3(75). С. 229–238.

Движение маскулизма: причины и история возникновения

Зорина Ю.С., Николенко Н.А.

Волгоградский государственный университет, г. Волгоград

В современном мире достаточно остро стоит вопрос о гендерном равноправии. На протяжении многих лет существует и развивается движение феминизма, борющееся за права женщин. Но существует и другое движение – движение маскулизма, направленное на устранение ущемления прав мужчин. Однако, имеющиеся у мужчин классовые и социальные привилегии, приобретенные ими на протяжении многих веков, сталкиваются со стереотипами о том, что проблемы, с которыми сталкиваются мужчины не столь уж и значительны. Однако, справедливости ради надо отметить, что это не так. В данной статье предпринимается попытка раскрыть суть движения маскулизма и выяснить на какой стадии развития это движение находится в современной России.

Стоит начать с уточнения понятия «маскулизм» и истории его появления. Философ Феррелл Кристенсен определяет маскулизм как «аналог феминизма, но с заменой женщин на мужчин» [1], т.е. маскулизм – это движение за права мужчин. Социолог Паси Малми указывает, что «большинство маскулистов являются антисексистами, которые борются с традиционной мужской ролью, являющейся одной из причин структурной дискриминации мужчин» [2]. В работе «12 лекций по гендерной социологии» А. Тёмкина и Е. Здравомыслова подчеркивают, что мужские движения появились как реакция на феминизм [3]. В 70-е годы XXв. ста-

ли рассматривать сексизм как проблему, от которой страдают как женщины, так и мужчины; подчеркивать давление патриархата на мужчин, выраженного, в том числе, в предъявлении к ним высоких стандартов мужественности. Появляется критика навязанной обществом эмоциональной ограниченности мужчин, навязанной обществом. Поэтому первые движения были направлены именно на эмоциональную самореализацию мужчин. Так появляется первый лозунг: «Мужчины тоже плачут»; поднимается вопрос об отцовстве при разводе. Актуальность этих лозунгов не утрачена и в наше время. Следует подчеркнуть, что данное мужское движение маскулизм не было направленно против женщин, наоборот, в рамках данного движения были выдвинуты лозунги: «Мужчины против насилия», «Мужчины против сексизма». Как отмечает Игорь Кон, «Первое «Мужское освободительное движение» зародилось в США в 1970 г. в русле либеральной идеологии. Его организационным центром в 1970—80-х годах была «Национальная организация меняющихся мужчин», которую в 1991 г. сменила «Национальная организация мужчин против сексизма» [4]. Представители данных организаций критиковали негативное влияние патриархата на мужчин и женщин. Таким образом, история возникновения и развития движения маскулизма имеет важное значение при изучении процессов, связанных с гендерной проблематикой. И обращает внимание на необходимость достижения в обществе равноправия мужчин и женщин.

Остановимся на некоторых проблемах, с которыми сталкиваются современные мужчины и на которые пытаются обратить внимание представители движения маскулизма. 1) Подавление эмоций. Мужчинам в современном мире навязывается качество «мужественности». Патриархат, как уже было отмечено выше, предъявляет требование к мужчинам скрывать эмоции и чувства, так они якобы присущи только женщинам и отождествляют с женственностью. Мальчика с раннего возраста учат не плакать, справляться со своими проблемами самостоятельно, отвечать самим за свои ошибки, не проявлять много чувств и т.д. И как следствие, мужчины начинают опасаться показать свои эмоции, делиться ими с окружающими, так как это рассматривается как проявление ими слабости; реже в сравнении с женщинами обращаются за помощью в случаях депрессии и тревожных расстройств, надеются только на себя. Однако, не-

выраженные чувства вредят как психическому, так и физическому здоровью мужчин. 2) Реализация прав отцовства. Современные мужчины уделять время своим детям и стараются участвовать в их воспитании. Однако не всегда соблюдается равноправие мужчин и женщин в праве осуществлять свои родительские функции. Во-первых, при рождении ребенка мужчины в очень редких ситуациях берут отпуск по уходу за ребенком. По Трудовому кодексу (ст. 256) такой отпуск может оформить отец ребенка, но общество не всегда адекватно это оценивает. Хотя причины, побуждающие мужчин взять данный отпуск, могут быть разные. Например, жена по сравнению с мужем имеет более высокую зарплату. Но даже в этом случае, неработающий мужчина, ухаживающий за детьми, в глазах общественности (а порой и родни) теряет черты своей мужественности. Во-вторых, при разводе и выборе опекуна права мужчин, как правило, ущемляются: предпочтение отдается женщинам в силу действующей гендерной предвзятости, хотя отцы в некоторых случаях могут лучше позаботиться о своих детях. 3) Проблема сексизма при приеме на работу. Общеизвестно, что существуют стереотипы о женских и мужских профессиях. Важно понимать, что выбор профессии должен опираться на личные интересы и способности, а не на гендерные стереотипы. В современном мире все больше появляется мужчин-мастеров ногтевого сервиса, мужчин-визажистов, мужчин-лэшмейкеров (мастеров-стилистов, специализирующийся на наращивании ресниц) и т.д. Однако, они могут столкнуться с осуждением или неодобрением со стороны окружающих, что может послужить помехой для развития профессиональной карьеры в «женских» сферах. 4) Проблема домашнего насилия. Несмотря на то, что домашнему насилию подвергаются, в основном, женщины, дети и пожилые люди, мужчины также могут стать жертвами. Однако, факты семейного насилия над мужской частью населения часто остаются в тени, не афишируются и недооцениваются. Считается, что мужчина физически сильнее женщины, поэтому способен себя защитить. Это еще один из стереотипов, существующих в обществе. Мужчина может быть подвержен, как физическому, так и психологическому, и экономическому насилию в семье со стороны женщины. Безусловно, это только часть проблем, с которыми сталкиваются мужчины в современном обществе. И поэтому достижение гендерного равноправия не может быть реализовано без их устранения. Все ука-

занные проблемы характерны в той или иной степени для российских мужчин и мужчин, проживающих за границей. Поэтому и в России возникают организации, защищаю их права. Самое популярное объединение маскулистов – это группа ВК "Мужское движение" (38 тысяч подписчиков). Данная группа позиционирует себя, как успешное движение за права мужчин, с пометкой, что она не реализует свою деятельность против женщин. Несмотря на это, основная часть постов навязывает патриархальные взгляды, а их содержание носит угнетающий женщин характер: «Чем только не занимаются современные женщины лишь бы не рожать и не быть женой-помощницей мужу», «Чем больше женщина эмансипируется, чем больше переходит границ и запретов, чем дальше уходит от патриархальных оков, тем более смешным и жалким становится ее образ» [5]. Основываясь на информации, которая представлена в группе «Мужское движение», можно заключить, что данное сообщество придерживается своеобразного понимания о движении маскулизма, удаляясь от его основной миссии- устранении проблем, с которыми сталкиваются современные мужчины, и скатываясь на позиции мизогинии (женоненавистничества). С целью отмежеваться от них, в научный оборот было введено понятие «разумный маскулизм». И под этим же названием было организовано и сообщество ВК «Разумный маскулизм» (5 тысяч подписчиков), посты в сообществе содержат информацию о развитии мужского движения и различных новостях, относящихся к данной сфере [6]. С помощью данного сообщества была проведена серия пикетов на улицах разных городов России (Москвы, Рязани, Нижнего Новгорода и др.), где сторонники маскулизма знакомили общественность с целями своего движения, транслируемых на плакатах: «Мужчинам и женщинам равные права и равную ответственность», «100 законов России нарушают права мужчин! Нам нужна власть, которая исправит эту несправедливость!» [7]. На наш взгляд, формулировка последнего лозунга не вполне корректна, так как существующая власть в современной России много делает в устранении многих проблем. И очень не хотелось бы, чтобы зарождающееся мужское движение маскулизма в России было направлено на дестабилизацию политической ситуации в стране. На наш взгляд, представители данного движения должны не ставить политических целей, а заниматься решени-

ем задач по достижению равноправия мужчин и женщин, используя ресурсы и потенциал российского законодательства.

Подводя итог, следует еще раз подчеркнуть, что целью движения маскулизма является защита прав мужчин и достижение равноправия мужчин и женщин. Данное движение возникло на Западе, как ответ на неравенство и проблемы, с которыми сталкиваются мужчины в современном обществе. Данное движение находит своих сторонников и в российском обществе. И в идеале не должно стремиться к дискриминации и угнетению женщин. Наоборот, стать платформой для конструктивных диалогов и совместной работы по созданию нового гендерного порядка, в котором не будет места неравенству и угнетению мужчин, женщин, детей.

Литература:

1. *Кристенсен Ф.* Маскулизм/ Ф. Кристенсен - Оксфорд: Оксфордский университет, 1995.- 562 с.- Текст непосредственный.
2. *Малми П.* Дискриминация мужчин/ П.Малми. - Рованиemi: Лапландский университет, 2009. -120 с. - Текст непосредственный.
3. *Здравомыслова Е.А., Темкина А.А.* 12 лекций по гендерной социологии/ Е. Здравомыслова, А. Темкина. - Санкт-Петербург: Издательство Европейского университета, 2015.- С.427-441. - Текст непосредственный.
4. *Кон И.* Мужчина в меняющемся мире/ И. Кон // Кризис маскулинности и возникновение «мужского вопроса» -Москва: Издательство «Время»,2014 г.-300с. - Текст непосредственный.
5. Мужское движение/ Загл. с титл. листа. – Текст электронный - URL: <https://vk.com/mensrights> (дата обращения: 12.11.2023).
6. Разумный маскулизм / Загл. с титл. листа. – Текст электронный -URL: https://vk.com/maskpozitiv?tfs=45e7aa7dd3896dcccdf_3 (дата обращения: 16.11.2023).
7. Портал «Разумный маскулизм» / Картинки. -Загл.с титл.листа – Интернет ресурс - URL: https://yandex.ru/search/?text=портал+«Разумный+маскулизм»&search_source=dzen_desktop_safe&lr=38 (дата обращения 10.12.2023).

К вопросу о детерминантах женской предпринимательской деятельности (региональный аспект)

Рыльцева А.В., Полтавская М.Б.

Волгоградский государственный университет, г. Волгоград

Динамика развития женского предпринимательства является одним из мировых трендов, а также двигателем экономического роста, что способствует значимости вклада малого и среднего бизнеса в развитие социума. В данной статье рассматриваются факторы, которые стимулируют женщин начать предпринимательскую деятельность. На основе анализа глубинных интервью (N=7), а также данных исследовательских центров нами были определены факторы мотивации становления предпринимательства среди женщин.

В государственной политике РФ в отношении предпринимательства взят курс на развитие женского предпринимательства. Благодаря Национальному проекту «Малое и среднее предпринимательство» в регионах создаются центры «Мой бизнес», основная цель которых – создание благоприятных условий для развития предпринимательства. Данные центры предлагают женщинам различные образовательные программы, а также организуют специальные женские бизнес-форумы и бизнес-конференции, стимулирующие вхождение женщин в бизнес, популяризирующие предпринимательство как эффективную жизненную стратегию. Весной 2023 г. в РФ зарегистрировано более 6 млн. субъектов малого и среднего предпринимательства. Среди которых 43% самозанятых и ИП составляют представители женского пола.

Согласно индексу женской деловой активности (WBI), который составляет Комитет по развитию женского предпринимательства «ОПОРА РОССИИ», в 2023 он достиг 73,7 пункта, что является положительным показателем. Данный индекс отражает уровень благосостояния деловой среды для развития женского предпринимательства. Так, в 2023 году 54% женщин-предпринимателей отметили улучшение отношения к бизнесу со стороны общества, 65% посчитали, что предпринимательство позволило им достигнуть финансового благосостояния [6].

Исследованию женского предпринимательства посвящено множество работ известных зарубежных и отечественных ученых. В современ-

ной России изучением женского предпринимательства занимаются Е.М. Бухвальд [1], И.В. Ершова [4]. В исследовании Н.Ю. Уткиной выделены субъективные и объективные факторы, влияющие на становление женского предпринимательства в России, определены сферы бизнеса, в которых доминируют женщины-предприниматели: здравоохранение, дошкольное воспитание, сфера услуг, общественное питание, народные промыслы [9]. В статье А.И. Воронковой произведено «метаописание карьерного пути женщин, состоявшихся в сфере предпринимательства», описаны сценарии выбора и развития карьеры женщин в бизнесе [3]. В статье А.Е. Зориной рассматривается ресурсный потенциал женщин-предпринимателей и их готовность к риску [5]. В исследованиях М.Б. Полтавской, А.Л. Стризео изучается предпринимательская активность бизнес-сообществ в Волгоградской области в условиях пандемии [7], анализируются сообщества социальных предпринимателей, среди которых доминируют женщины [8].

В сентябре 2023 г. ВЦИОМ провел опрос россиян с целью выявить характеристики, присущие женщинам-предпринимателям. Данный опрос показал, что 30% считают, что «женщинам-предпринимателям свойственны напористость, стойкость, твердость, решительность, уверенность в себе», 21% отмечают «активность, целеустремленность, инициативу», 12% выделили «авторитарный стиль поведения», 9% «дисциплину, организованность и внимательность», 7% «образованность и умственные способности» [3]. Исследовательский центр НАФИ выделил топ 3 стимулов для начала предпринимательской деятельности: «желание улучшить материальное положение» (65%), «возможность реализовать свои идеи» (58%), «независимость в принятии решений» (52%) [6].

Весной 2023 г. нами было проведено исследование методом глубинного интервью (N=7), в качестве информантов выступили женщины предприниматели г. Волгограда. Материалы интервью позволили определить стимулы начала предпринимательской деятельности среди женщин. Один из главных стимулов для женщин заняться предпринимательской деятельностью — это желание контролировать свою собственную карьеру и работать по своим правилам. Многие женщины стремятся найти баланс между работой и семьей, и предпринимательство дает им возможность гибко управлять своим временем и решать приоритеты. Они

могут создать собственное рабочее пространство, найти команду единомышленников, которые соответствуют их ценностям и потребностям, и реализовать свои творческие и предпринимательские идеи.

«Я начала прям вот в тот момент, когда забеременела. Я думала, что это будет такой ужас, ведь я только открыла студию, через месяц мне сказали, что я в положении, а команда состояла из двух преподавателей. Я реально думала, что мы не выживем, но потом карантин, онлайн и вроде все было нормально. Сейчас я хотя бы знаю на что способна моя команда, на что способна студия и мы расширяемся, но главное я нивелировала свои обязанности в этом году и теперь я могу проводить время с сыном» (Информант 3, женщина, 28 лет).

Еще одним важным стимулом является желание добиться финансовой независимости и успеха. Женщины все чаще преуспевают в сфере предпринимательства и создают успешные проекты. Они видят возможность реализовать свой потенциал и достичь финансового благополучия. Также предпринимательство может быть способом решить проблемы с занятостью или найти новые возможности для профессионального и личностного роста.

«Не секрет, что задача бизнеса – это делать деньги. Это задача любого предпринимателя, я открыла бар чтобы наконец-то зарабатывать и креативить» (Информант 1, женщина, 25 лет).

Другим важным стимулом является желание внести социальные изменения и влиять на сообщество. Многие женщины-предприниматели создают бизнес, который направлен на решение социальных проблем, таких как инклюзивное образование, бедность, равенство полов, экологическая устойчивость. Они видят в предпринимательстве средство для позитивных изменений в обществе и стремятся использовать свой бизнес как социальный ресурс развития.

«Мне было трудно осознавать, что у нас в городе нет доступного инклюзивного образования. Мне очень жалко, что дети с различными отклонениями по физическому здоровью нет возможности заниматься английским. Как мы можем говорить о том, что его может выучить каждый, если для каждого не создаются условия» (Информант 7, женщина, 38 лет).

Четвертый стимул – это перспективы роста и развития. Быть предпринимателем дает женщине возможность не только создавать свой собственный бизнес, но и строить карьеру. Они могут расширять свои знания и навыки, создавать новые связи и контакты, и получать опыт, который будет полезен не только в бизнесе, но и в личной жизни.

«Я очень хотела наконец-то расширить свои связи. Волгоград такой крутой, а я работала в ужасном старом здании архитектором, теряя возможность социализироваться в среду богатых и креативных людей. Сейчас это люди заказывают у меня дизайн своих домов и интерьера» (Информант 4, 23 года, женщина).

Таким образом, детерминанты предпринимательской деятельности для женщин включают в себя желание достичь независимости и свободы, реализовать свои таланты и способности, создать лучшие условия для своей семьи, а также получить перспективы роста и развития. Общество должно поддерживать и поощрять женщин, желающих заняться предпринимательством, чтобы создать равные возможности и оптимальные условия для их успешного развития и вклада в экономику и общество.

Литература:

1. Бухвальд Е.М. Малое и среднее предпринимательство как фактор пространственного развития российской экономики. // ЭТАП: Экономическая теория, анализ, практика. 2018. №5. С. 7-24.
2. Воронкова А.И. Метаописание женских сценариев вовлечения в бизнес // Вестник Института социологии. 2019. Т. 10. № 4. С. 231-248.
3. ВЦИОМ. Женское предпринимательство: перспективы и сложности, 07 сентября 2023 URL: <https://wciom.ru/analytical-reviews/analiticheskii-obzor/zhenskoe-predprinimatelstvo-perspektivy-i-slozhnosti> (дата обращения: 27.11.2023).
4. Ершова И.В. Женское предпринимательство: от эмпирики и доктрины к правовому регулированию // Lex Russica. 2022. № 8 (189). С. 9-22.
5. Зорина А.Е. Детерминанты готовности к риску как ресурса женского предпринимательства // Социологическая наука и социальная практика. 2023. Т. 11. № 3 (43). С. 176-186.

6. Индекс женской предпринимательской активности достиг рекордного значения: 10-я волна WBI, НАФИ URL: <https://nafi.ru/analytics/indeks-zhenskoj-predprinimatelskoj-aktivnosti-dostig-rekordnogo-znacheniya-10-ya-volna-wbi/> (дата обращения: 17.11.2023).

7. *Полтавская М.Б.* Социальная и предпринимательская активность бизнес-сообщества Волгоградской области в условиях пандемии // V Нижневолжские чтения. Социально-политические, экономические и демографические аспекты развития современного общества. Матер. междунар. науч.-практ. конф. Волгоград, 2021. С. 190-195.

8. *Полтавская М.Б., Стризов А.Л.* Социальное предпринимательство в Волгоградской области: процесс становления сообщества // Известия Тульского государственного университета. Гуманитарные науки. 2023. № 2. С. 147-156.

Уткина Н.Ю. Объективные и субъективные факторы развития женского предпринимательства в России // Женщина в российском обществе. 2017. № 1 (82). С. 17-28.

Перспективы развития женского регби в Волгограде

Иванова К.А., Николенко Н.А.

Волгоградский государственный университет, Волгоград

В настоящее время заметно возрос исследовательский интерес к проблемам развития женского спорта. Спорт рассматривается, как универсальный инструмент, выработанный обществом для воспитания и развития личности. Однако участие женщин в определенных видах спорта не всегда воспринимается лояльно, тому виной гендерные стереотипы, о влиянии которых на представления и поведение людей указывают многие авторы, в том числе и Степанова Д. П. [1].

Регби, как командный вид спорта, занимает одно из первых мест в рейтинге возможных способов укрепления здоровья человека и подходит как для мужчин, так и для женщин несмотря на то, что требует от участников хорошей физической подготовки [2]. Как женский вид спорта, регби только начинает развиваться и завоевывать популярность среди других типов физической активности, совершаемых с целью участия в со-

ревнованиях и поддержания физической формы. Интерес же к женским видам спорта со стороны социума повышается, увеличивается аудитория женских соревнований, которая в 2023 г. возросла по сравнению с предыдущим годом на 20–30%[3]. Члены волгоградской женской команды по регби демонстрируют не только высокие результаты в спортивных состязаниях, но и сплоченность, взаимоподдержку, помогающую противостоять, в том числе, и гендерным стереотипам о регби, как исключительно мужском виде спорта. Справедливости ради, надо отметить, что сделать это не совсем просто. Именно поэтому, авторами данной статьи была поставлена задача выяснить, как сами участницы волгоградской команды по регби оценивают свою физическую подготовку и перспективы в данном виде спорта. Для ее решения в сентябре-ноябре 2023 г. было проведено социологическое исследование «Женская команда по регби в Волгограде: современное состояние и перспективы развития», в рамках которого опрашивались члены данного спортивного сообщества: студентки четырех волгоградских вузов (N=31. Метод: интернет-опрос при помощи Google Формы).

Полученные в исследовании данные позволили выявить мотивацию девушек к занятию данным видом спорта. Респондентам предлагалось выбрать несколько вариантов ответов, среди которых желание поддерживать свою физическую форму заняло первое место (данную позицию отметили 54,8% респонденток), интерес к регби, как к виду спорта занял вторую позицию (38,7 %), что, на наш взгляд, связано с динамичностью его развития, командным характером и освоением женщинами новой сферы деятельности. Наименее популярными были ответы: возможность получить зачет по физической культуре; схожесть с другим видом спорта; интерес к регби, как к чему-то неординарному. Информация о разнообразии мотивов респонденток заниматься регби может быть полезной для разработки программ привлечения новых участников в этот вид спорта (См. Рис.1)

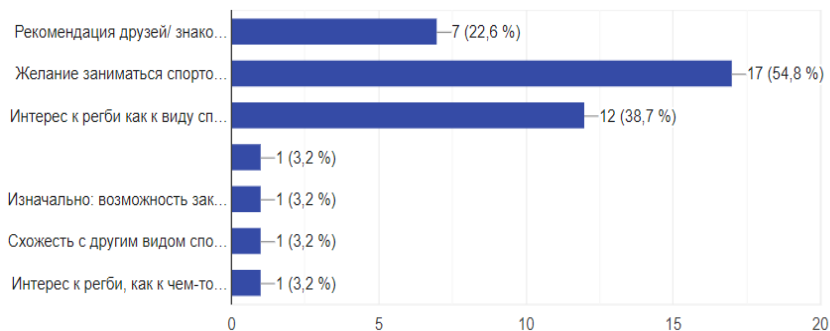


Рис. 1. Побудительные мотивы респонденток к занятию регби

Как и в любом виде спорта, отношение к регби самими игроками можно рассматривать на любительском и профессиональном уровне. В целях уточнения планов респонденток об их перспективах в данном виде спорта, обратимся к полученным в результате исследования данным (См.Рис.2). Большинство девушек планируют в будущем продолжить заниматься регби профессионально (70,9%). Они убеждены, что женское регби имеет огромный потенциал и хотят продолжать улучшать свои навыки, чтобы достичь еще больших успехов в будущих соревнованиях. Остальные респондентки (29,1%) или не хотят продолжать заниматься регби, или пока не задумывались об этом.

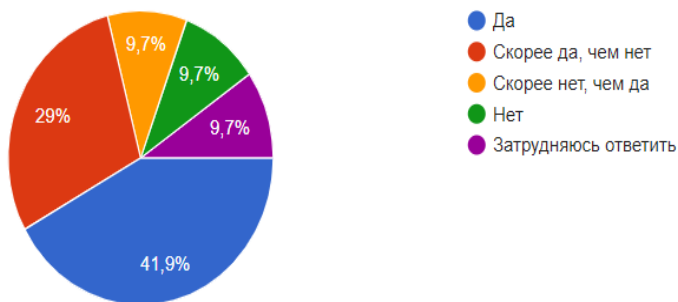


Рис. 2. Планы респонденток в рамках спортивной карьеры по регби.

В тоже время, следует подчеркнуть, что участницы команды регби сталкиваются иногда с непониманием и даже неодобрением окружающих относительно их выбора вида спорта. На наш взгляд, это происходит из-за того, что общественное мнение порой формируется под воздействием гендерных стереотипов. Как было уже отмечено выше, гендерные стереотипы не «обходят» стороной как виды спорта, так и участие женщин в них [1]. К примеру, больше половины опрошенных, принявших участие в нашем исследовании, отметили, что сталкивались/сталкиваются со стереотипами подобного рода о регби, как виде женского спорта. Поэтому один из вопросов анкеты был посвящен выявлению мнений респонденток относительно их физических возможностей в сравнении с физическими возможностями мужчин, занимающихся регби. В результате было зафиксировано: в волгоградской женской команде по регби имеется незначительная часть респонденток, которые считают, что их физическая подготовка превосходит некоторых знакомых им участников мужской команды регби (16,1%); больше половины опрошенных подчеркнули, что их возможности в сравнении с мужчинами равны (54,8%); менее четверти респонденток физическую подготовку мужчин определили как более высокую (22,6%). И лишь незначительная часть опрошенных (6,5%) не смогли дать четкий ответ на вопрос (См.Рис.3). Обобщая полученные данные, можно отметить у подавляющего большинства женщин (70,9%) уверенность в своих возможностях, которые следует рассматривать как ресурс для достижения ими высоких спортивных результатов в регби.

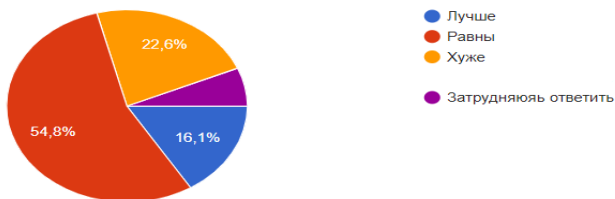


Рис. 3. Сравнение физических возможностей женщин и мужчин, занимающихся регби: мнение респонденток.

Но так как регби командная игра успехи зависят от усилий всех участниц. Кроме того, по мнению респонденток, раскрытию потенциала команды мешает недостаточная финансовая поддержка по сравнению с мужской командой по регби, а также ограниченность медийного внимания женской команде по регби, которая сказывается на информированности общественности о проводимых соревнованиях, количестве зрителей в них и преодолении гендерных стереотипов. Изменение ситуаций в рамках указанных направлений, по утверждению респонденток, положительным образом скажется на перспективах развития в Волгоградской области данного вида спорта (См. Рис.4).

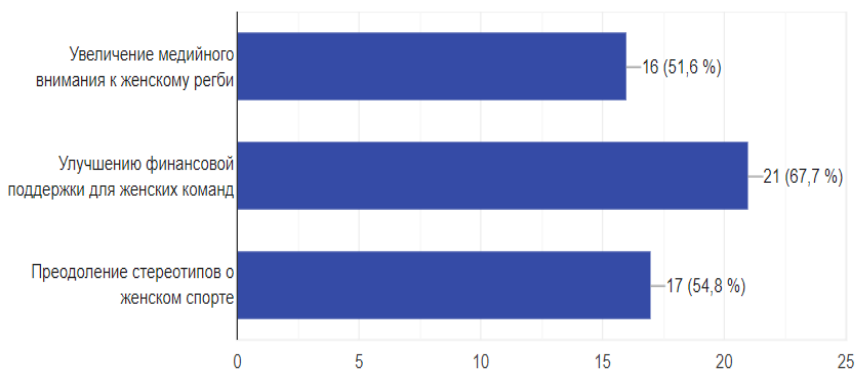


Рис.4. Необходимые изменения в сфере женского регби.

Подводя итог всему вышесказанному, следует подчеркнуть:

- 1) Участницы волгоградской женской команды по регби готовы продолжать заниматься этим видом спорта, хотя мотивы, побуждающие их к этому, разнообразны (освоение новых сфер деятельности, саморазвитие, решение учебных вопросов по успеваемости - получение зачетов и др.).
- 2) Занятия данным видом спорта, по мнению респонденток, позволяют им поддерживать физическую форму, укрепляют уверенность в собственных силах, предоставляют возможность в достижении высоких спортивных результатов.

3) В Волгоградской области имеются возможности для развития женского регби. И желание девушек заниматься им представляет один из важных ресурсных оснований для этого. Однако, чтобы сделать этот процесс более перспективным необходимо обратить внимание на определенные трудности и устранить их: имеется в виду недостаточная медийная и финансовая поддержка женской команды по регби.

Литература:

1. Степанова Д. П. Гендерные стереотипы как фактор, сдерживающий развитие женского спорта (на примере женской тяжелой атлетики)/ Д.П.Степанова – Текст непосредственный // Ученые записки университета имени П. Ф. Лесгафта. – 2020. – № 1 (179). - С. 269–273.

2. World Rugby Passport - Образ жизни. -Текст: электронный // World Rugby 2009-2020 - URL: <https://passport.world.rugby/ru/profilaktika-travmatizma-i-upravlenie-riskami/gotovnost-k-regbi/obraz-zhizni/>(дата обращения:27.11.2023)

3. Женский спорт догоняет мужской по популярности. Но не по деньгам. - Текст: электронный / MainSport. - URL: https://mainsport.ru/zhenskij-sport-dogonyayet-muzhskoj-po-populyarnosti-no-ne-po-dengam/?ysclid=lpzzme0ugb8_19201878 (дата обращения: 23.10.2023).

ОГЛАВЛЕНИЕ

ВВЕДЕНИЕ	3
РАЗДЕЛ I. Материалы Шестой ежегодной всероссийской научной видеоконференции «Социогендерные ресурсы современного мира – 2023» (7 апреля 2023 г.)	5
ПЛОЩАДКА 1. ЮЖНЫЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ (г. Ростов-на-Дону)	5
<i>Артамонова Я.В.</i> Роль отца в современной российской семье	5
<i>Богданова И.Н.</i> Отложенный брак в гендерном измерении	9
<i>Боталова К.Е., Коваленко А.С., Ратникова Н.В.</i> Различия в речи: гендерный аспект	18
<i>Гугуева Д.А.</i> Гендерный ландшафт современного города	22
<i>Красножон А.Г.</i> Особенности социализации детей в монородительских материнских семьях	24
<i>Полякова Е.А.</i> Возможности развития гендерных культурных практик в современной России	26
<i>Ткаченко С. В.</i> Гендерные стереотипы в российской телевизионной рекламе в оценках жителей г. Ростов-на-Дону	30
ПЛОЩАДКА 2. ФИНАНСОВЫЙ УНИВЕРСИТЕТ ПРИ ПРАВИТЕЛЬСТВЕ РФ (г. Москва)	36
<i>Андрущенко А.Л., Голобородова А.С., Котова Е.А., Шереверя В.Р.</i> Экономические факторы, влияющие на формирование студенческого бюджета	36
<i>Данилова М. Р., Трусова К. А.</i> Женщины и ИТ в мировом пространстве	39
<i>Ульянов Д.В.</i> Гендерная структура участников социально-профессиональных сообществ и особенности их социальной деятельности	43
ПЛОЩАДКА 3. ВОЛГОГРАДСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ (г. Волгоград), КАЗАНСКИЙ (ПРИВОЛЖСКИЙ) ФЕДЕРАЛЬНЫЙ УНИ-	49

ВЕРСИТЕТ (г. Казань)	
<i>Редько С.А., Войтов А.В.</i> Методология и смена парадигм в исследовании социогендерного пространства гендерного равноправия	49
<i>Николенко Н.А., Ситникова Я.И.</i> Профессиональные стратегии ценностные ориентации сотрудниц НКО: общероссийские и региональные особенности	53
<i>Нуруллина Э.Р.</i> Отцовство и материнство как социогендерные ресурсы современного общества	59
РАЗДЕЛ II.	
Материалы Восьмой ежегодной Всероссийской научной студенческой видеоконференции «Социогендерный калейдоскоп – 2023» (15 декабря 2023 г.)	66
ПЛОЩАДКА 1.	
ЮЖНЫЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ (г. Ростов-на-Дону)	66
<i>Коваленко А.С., Панкратова А.А., Ратникова Н.В.</i> Различия в речи студентов: гендерный аспект	66
<i>Котова В.В., Миклина Д.А., Хачкурузян Е.А.,</i> Гендерные диспропорции в региональных органах власти (на примере г. Ростова-на-Дону)	70
<i>Елисеева В.В., Лифенко А.И., Политаев Д.Р.</i> Влияние гендерных стереотипов на ценности молодежи	73
<i>Платунова В.С., Сербиевко А.А., Фахутдинова А.А., Фиалковский М.М.</i> Портрет домохозяйки глазами молодежи: настоящее и будущее	79
<i>Еордан А.В., Полякова Е.А.</i> Мотивации и ценностные ориентации в сфере труда: гендерный аспект	85
<i>Орленко Г.П., Полупанов К.Д., Степаненко Е.С.</i> Влияние гендера на выбор образовательной траектории	89
ПЛОЩАДКА 2.	
ФИНАНСОВЫЙ УНИВЕРСИТЕТ ПРИ ПРАВИТЕЛЬСТВЕ РФ (г. Москва)	95
<i>Балявина П.А., Данилова М. Р.</i> Социальные механизмы повы-	

шения рождаемости в современной России	95
<i>Емелина А. А., Гомцял Р. А.</i> Формирование гендерных стереотипов в средствах массовой коммуникации	100
<i>Коваленко А. В., Филатова Ю. В., Кушнир Д. Ю.</i> Образ женщины в культуре XXI века	105
<i>Коновалова Е. Р., Соколова Д. С.</i> Гендерные аспекты семейной жизни и воспитания детей	113
<i>Позднякова Е. А., Андреева А. А.</i> Гендерные стереотипы в массовой культуре: влияние на поведение и самооценку	118
<i>Радченко Е. А., Исмаилова А. Р.</i> Образ городской джентрификации в гендерном срезе	121
<i>Сижажева Л. А.</i> Социогендерная интеграция: преодоление стереотипов и создание равноправных социальных отношений между мужчинами и женщинами	126
<i>Трусова К. А.</i> Образ семьи в российском рекламном телевизионном контенте	130
<i>Ульянов Д. В.</i> Особенности социальной деятельности участников социально-профессиональных сообществ: гендерный аспект	135
ПЛОЩАДКА 3. САНКТ-ПЕТЕРБУРГСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ (г. Санкт-Петербург)	142
<i>Богданова А.О.</i> Антисоциальное поведение в молодежной среде: гендерный аспект	142
<i>Золотова А. М.</i> Изучение гендерных аспектов виктимблейминга в России и за рубежом	147
<i>Неретина А.Ю.</i> Домашнее насилие: гендерные аспекты	152
<i>Ростовцева О. Ю.</i> Феминизм в современном российском обществе	155
<i>Суханова Е. Д., Голянова А. С., Верюжская К. Ф.</i> Новые образы маскулинности в современном медиапространстве	159
<i>Чжэн Ч.</i> Гендерные проблемы в современном Китае	164
<i>Чжэн Сяокэ, Янь Кайжань</i> Семья и брак в современном китайском обществе: тенденции изменений (1978-2023 гг.)	169

ПЛОЩАДКА 4. ВОЛГОГРАДСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ, ВОЛГОГРАДСКАЯ АКАДЕМИЯ МВД РОССИИ (г. Волгоград)	173
<i>Бадина В.А., Николенко Н.А.</i> Семейные ценности российских женщин поколения «X»: социологический анализ (на примере г. Волгограда)	173
<i>Полтавская М.Б., Чернова А. А.</i> Манипуляции как повседневные практики в социальном институте семьи	178
<i>Денисова М.Р., Николенко Н.А.</i> Искусственный интеллект в жизни современной российской молодежи (региональный аспект)	182
<i>Санникова А.С., Модина И.А., Войтов А.В.</i> Гендерные аспекты профессиональной деятельности женщин-полицейских	189
<i>Зорина Ю.С., Николенко Н.А.</i> Движение маскулизма: причины и история возникновения	193
<i>Рыльцева А.В., Полтавская М.Б.</i> К вопросу о детерминантах женской предпринимательской деятельности (региональный аспект)	198
<i>Иванова К.А., Николенко Н.А.</i> Перспективы развития женского регби в Волгограде	202

Научное издание

**Социогендерные ресурсы современного мира – 2023
Социогендерный калейдоскоп – 2023**

Материалы Шестой ежегодной Всероссийской научной видеоконференции с международным участием «Социогендерные ресурсы современного мира – 2023» (7 апреля 2023 г.) и Восьмой ежегодной Всероссийской научной студенческой видеоконференции «Социогендерный калейдоскоп – 2023» (15 декабря 2023 г.)

Научный консультант – доктор философских наук,
профессор Л.А. Савченко

Редактор-консультант –
преподаватель кафедры отраслевой
и прикладной социологии ИСиР ЮФУ
А.Г. Красножон

Подписано в печать 02.02.2024 г.
Бумага офсетная. Формат 60×84 ¹/₁₆. Тираж 300 экз.
Усл. печ. лист. 12,32. Уч.-изд. 9,71. Заказ № 9408.

Отпечатано в отделе полиграфической, корпоративной и сувенирной продукции
Издательско-полиграфического комплекса КИБИ МЕДИА ЦЕНТРА ЮФУ.
344090, г. Ростов-на-Дону, пр. Стачки, 200/1, тел (863) 243-41-66.