

Влияние интернет-медиа на формирование гендерных стереотипов среди современных студентов

Научный руководитель – Сушко Валентина Афанасьевна

Травина Вероника Алексеевна

Студент (бакалавр)

Московский государственный университет имени М.В.Ломоносова, Социологический факультет, Кафедра социальных технологий, Москва, Россия

E-mail: travina_veronika@mail.ru

Стереотипы о женственности и мужественности часто предписывают людям в зависимости от их пола определенные психологические качества, нормы поведения, род занятий, профессии и многое другое [1, 3, 5]. Именно поэтому сегодня так актуальна проблема социальной ответственности СМИ перед обществом, особенно в том, что касается соблюдения прав человека, не зависимо от его половой принадлежности [2, 4].

В ходе нашего исследования, представляющего собой опрос современной студенческой молодежи, было установлено, что интернет-медиа влияют на формирование гендерных стереотипов в сознании молодежи, однако они не играют решающей роли в формировании мировоззрения молодежи в России.

В частности мы выяснили, что более всего респонденты склонны доверять независимым интернет-изданиям, наименьшим доверием пользуются патристические издания и так называемая «желтая пресса». Большинство наших респондентов (45,16%) считают, что «гендерные стереотипы - это пережиток прошлого», однако если смотреть ответы отдельно мужчин и женщин, то можно заметить, что данное мнение является самым популярным лишь среди женщин (54%).

Если говорить о следовании стереотипам, то подавляющее большинство респондентов ответили, что они не придерживаются их, однако некоторые согласились с тем, что женщины действительно эмоциональнее мужчин, а также они должны уметь вести хозяйство (готовить, стирать, убирать и т.д.).

О низком уровне гендерной стереотипизации говорит и тот факт, что большинство женщин - 54,8% - считает, что в их семьях равны оба партнера, мужчины, разделяющие данную позицию, составляют 46%. А также 83,7% респондентов считают, что качество оказания услуг в финансовой сфере зависит от личностных качеств, а не от пола.

Верифицировав гипотезы, мы обнаружили, что чем больше интернет-изданий читает респондент, тем большего числа гендерных стереотипов он придерживается. Мы также обнаружили сильную прямую связь между данными переменными, следовательно, чем большему количеству стереотипов следует респондент, тем чаще он сталкивается с проявлением гендерных стереотипов в свой адрес.

Исследование показало, что современные студенты отличаются относительно низкой степенью гендерной стереотипизации, большинство респондентов выступают за равноправие обоих полов во всех сферах жизнедеятельности.

Источники и литература

- 1) Агеев В.С. Психологическое исследование социальных стереотипов // Вопросы психологии. 1986. -№ 1.
- 2) Акопян Н. А. СМИ как способ формирования стереотипов массового сознания // Вестник Ставропольского государственного университета. – 2008. - № 3.

- 3) Котлова Т. Б., Рябова Т. Б. Библиографический обзор исследований по проблемам гендерных стереотипов // *Женщина в российском обществе*. 2001. №3-4.
- 4) Лидерство: гендерные стереотипы отстают [Электронный ресурс]: // ВЦИОМ. 2019. Режим доступа: <https://wciom.ru/index.php?id=236&uid=10026> (дата обращения: 03.03.2022).
- 5) Лидерство: гендерные стереотипы отстают [Электронный ресурс]: // ВЦИОМ. 2019. Режим доступа: <https://wciom.ru/index.php?id=236&uid=10026> (дата обращения: 03.03.2022).