

## **Доповідь**

**Бойко Юлія Володимирівна,**  
магістр, спеціальність «Соціальна робота», Тернопільський національний педагогічний  
університет імені Володимира Гнатюка, м. Тернопіль

**Водяна Ольга Володимирівна,**  
кандидат педагогічних наук, асистент кафедри соціальної педагогіки та  
соціальної роботи, Тернопільський національний педагогічний  
університет імені Володимира Гнатюка, м. Тернопіль

### **ОСОБЛИВОСТІ ФОРМУВАННЯ ГЕНДЕРНИХ СТЕРЕОТИПІВ У СОЦІАЛЬНИХ МЕРЕЖАХ**

За останнє десятиліття феномен Інтернету і соціальних мереж та їх вивчення привертають увагу дедалі більшої кількості науковців: психологів, соціологів, політологів, лінгвістів. Виникнення Інтернету суттєво змінило традиційні уявлення про суспільство і його зв'язки: «електронна павутина» охоплює найрізноманітніші соціальні групи, під її впливом відбуваються істотні зміни в соціальній, політичній, економічній, правовій та професійній сферах життєдіяльності суспільства [1, с.12]. У зв'язку з цим у зарубіжних країнах швидко розвиваються наукові дослідження цього феномену та його впливів на людину, які отримали статус самостійного дослідницького напрямку. В Україні дослідження соціальних мереж тільки починає розвиватися. На сучасному етапі соціологічний погляд на проблему появи нового комунікаційного середовища – віртуальних соціальних мереж недостатньо розвинений і теоретично обґрунтований.

Можна сміливо стверджувати, що парадигма гуманітарних знань ХХ-ХХІ століть є антропоцентричною. Тобто, у цій парадигмі основна дослідницька увага прикута до людини і до різних її характеристик (в тому числі і гендерних). Саме гендерні аспекти Інтернет-комунікацій і аналіз гендерних відносин у соціальних мережах, особливості конструювання віртуальної ідентичності стають вкрай затребуваними [4, с.7-8]. Зважаючи на це, дослідження формування гендерних стереотипів у соціальних мережах є надзвичайно актуальним. Це питання вимагає

постійного наукового вивчення, щоб мати уявлення про існуючий стан впливу соціальних мереж на формування гендерних стереотипів та прогнозувати наслідки такого впливу на людину та суспільство в цілому.

Проблему гендеру та гендерних стереотипів досліджували у своїх наукових працях О. Бондарчук, Т. Говорун, О. Горошко, Л. Даниленко, Л. Карамушка, О. Кікінежді, О. Кісь, В. Кравець, О. Нежинська, В. Олійник, Л. Ставицька.

Дослідники Дж. Антоні, Дж. Вальтер, Д. Вестерман, Б. Ван Дер Хейд, Дж. Кім, Л. Лангвелл, С. Тонгзаймалися розробкою основних положень та принципів використання соціальних мереж і прогнозуванням подальшого розвитку взаємодії людей у Інтернет-просторі.

Науковці Є. Акімова, Ю. Бабаєва, О. Белінська, А. Войскунський, А. Голдберг, Д. Грінфілд, Ю. Данько, А. Жичкина, О. Філатова, К. Янг досліджували мотивацію користувачів Інтернету і соціальних мереж: їх вплив на розвиток та соціалізацію особистості, на особистість користувачів.

Особливості психології комунікації у віртуальному просторі досліджували С. Архипова, О. Камінська, Є. Крилов.

Метою статті є дослідження особливостей формування гендерних стереотипів у соціальних мережах.

Україна, яка обрала демократичний шлях розвитку, зараз спрямовує свою законодавчу й державну діяльність на створення рівних гендерних відносин в усіх царинах соціального життя [8, с.53].

Трансформаційні процеси соціального, економічного, політичного й культурного характеру, які відбуваються в українському суспільстві, позначаються на його гендерній картині, визначаючи її неоднорідність та різноплановість, нівелюючи або, навпаки, загострюючи гендерну зумовленість соціальних суперечностей. Як наслідок, гендерні стереотипи поширюються та закріплюються у свідомості українців [2, с.8].

Однією з основних ознак розвитку сучасного суспільства є стрімкий розвиток комп'ютерних інформаційних технологій, що дає можливість сучасній людині навчатися, обговорювати проблеми, знайомитися та спілкуватися з

іншими користувачами, а також перенестися в будь-яку країну світу, дізнатися про її культуру та традиції, використовуючи необмежені можливості всесвітньої мережі Інтернет. Сьогодні соціальні мережі стали невід'ємною частиною нашого життя. Проте, слід зазначити, що вони дають не лише можливість для розвитку здібностей, покращення знань та розширення кола інтересів, але й містять у собі реальні загрози як для дорослих, так і для дітей.

Гендерні стереотипи є спрощеними, схематизованими, емоційно забарвленими стійкими уявленнями про чоловіків і жінок. Вони продукуються та поширюються практично у всіх соціальних інститутах, в тому числі і в соціальних мережах [6, с.141].

Соціальні мережі певною мірою виконують замовлення суспільства та окремих соціальних груп щодо впливу на населення у цілому та на окремі вікові та соціальні категорії. Вони здійснюють потужний вплив на особистість та на процес формування поведінки, а інформація в них є недостатньо організованою та керованою. Аналіз діяльності в соціальних мережах дозволяє відобразити їх зміст у вигляді структури, яка включає в себе ряд взаємопов'язаних компонентів: комунікаційний, ціннісний, пізнавальний та поведінковий.

У процесі використання соціальних мереж для спілкування у віртуальному просторі, що становить собою комунікаційний компонент, відбувається вплив на комунікативні процеси особистості. Під час спілкування у соціальних мережах створюється особливий простір (віртуальна реальність) з характерним для нього видом спілкування, де виникають нові правила та закони [3, с.312].

Задоволення потреби у спілкуванні, моральній підтримці – найважливіші потреби особистості. Якщо немає можливості задовольнити їх в реальному житті, то саме соціальні мережі дають можливість «втекти» від проблем, труднощів, що виникли на певному етапі соціалізації.

Пізнавальний компонент діяльності людини у мережі Інтернет дає можливість пошуку та засвоєння інформації, яка розміщена на вебсайтах, метою якої є розширення, поглиблення, уточнення власного уявлення про світ, реальну та віртуальну дійсність [5, с.21].

На відміну від інших засобів інформації, соціальні мережі поєднують усоби друковану, фото-та відеоінформацію. Перебуваючи у віртуальному світі та вивчаючи ту інформацію, яка розміщена у соціальних мережах, людина формує певну систему цінностей, яка визначає виняткове ставлення до певних дій, вчинків, явищ як віртуального, так і реального життя; визначає поведінку та майбутню соціальну діяльність, що становить собою ціннісний компонент.

Використовуючи соціальні мережі, ми засвоюємо певні моделі поведінки, які прийнятні для віртуального світу, та з часом переносимо їх у реальне життя. У соціальних мережах ми черпаємо стереотипи та моделі поведінки, норми діяльності, формуємо свою соціальну ідентичність, власну самооцінку, що незавжди є адекватною [7].

Гендерні стереотипи, які пропагують соціальні мережі, активно впроваджуються в свідомість споживачів, яким нав'язуються певні соціально-схвалювані ролі. Як правило, для жінки це хазяйновитість, краса і сексуальність, доглянутість, недостатня компетенція в певних питаннях, здатність прислухатися до думки чоловіка і подруги. Чоловік постає у образі успішного бізнесмена на дорогому автомобілі і в хорошому костюмі, спортсмена з відмінним тілом, який веде здоровий спосіб життя, майстерного спокусника в оточенні жінок, «тусовщика».

Отже, соціальні мережі справді відіграють важливу роль у формуванні гендерних стереотипів. Більшість інформації підсвідомо сприймається реципієнтами і в багатьох випадках їм не притаманні критичний аналіз при її сприйнятті.

### **Список використаних джерел**

1. Безбогова М. С. Соціальні мережі як фактор формування соціальних установок сучасної молоді: дис. канд. псих. наук: 19.00.05 / Безбогова М. С., 2016. – 222 с.
2. Галустян Ю.М. Деякі аспекти гендерної ідентифікації та соціалізації особистості // Український соціум. – 2004. – № 1 (3). – С. 7–13.

3. Кравець В.П. Статева соціалізація дітей і підлітків: закономірності та гендерні особливості : монографія / В.П. Кравець. – Тернопіль : ТНПУ, 2008. – 476 с.

4. Магдюк Л. Вплив гендерних стереотипів на представлення жінок і чоловіків на ринку праці / Л. Магдюк. // Terrasoft. – 2011. – №5. – С. 7–10.

5. Немеш О.М. Віртуальна діяльність особистості: структура та динаміка психологічного змісту: Монографія / О.М. Немеш. Київ: Слово, 2017. – 391 с.

6. Оксамитна С.М. Гендерні відносини крізь призму громадської думки в Україні і світі / С.М. Оксамитна // Гендерна перспектива / [упоряд. В. Агеєва]. – К. : Факт, 2004. – С. 135–147.

7. Правда М. Гендерні стереотипи в рекламі [Електронний ресурс] / М. Правда. – 2018. – Режим доступу до ресурсу: <<https://netology.ru/blog/gendernye-stereotipy-v-reklame>>

8. Радченко К. В. Особливості гендерних стереотипів українських педагогів залежно від рівня стереотипності сучасних мас-медіа / К. В. Радченко. // Наукові записки. Серія: Педагогіка. – 2013. – №3. – С. 52–57.