Здравствуйте!

Вашему вниманию представляется выпускная квалификационная работа на тему "Влияние СМИ на формирование гендерных стереотипов".

В гендерной политике настоящего эксплицирована приоритетная роль в соблюдении и пропаганде социальной гармонии в обществе, обеспечении социальной безопасности государства. В условиях глобализационных процессов сегодня мы наблюдаем искусственное насаждение ложных ценностей, пропаганду насилия, сексизма, порнографии, конструирования стереотипных / нестереотипных образов мужчины и женщины в СМИ, манипуляции относительно сущности дихотомии "фемининность- маскулинность" в целом. Современные СМИ - чрезвычайно весомое звено в утверждении, тиражировании или разрушения гендерных стереотипов, которые являются основополагающими и пронизывают все сферы бытия человека.

Актуальность исследования обусловлена ​​необходимостью в изучении репрезентации гендерных стереотипных/нестереотипных образов, сконструированных на страницах СМИ, эксплицирующих гендерную асимметрию в российском обществе. Российские реалии свидетельствуют, что, пропагандируя определенные идеалы, ценности, стереотипы поведения, СМИ становятся теми факторами, которые выполняют, кроме информативной, еще и воспитательную функцию, которая является одной из доминантных в развитии гражданского общества.

Цель исследования - анализ средств массовой информации как факторов социализации формирующейся в условиях медиа-культуры, выявление стереотипных / нестереотипных образов, содержащихся в медиа-пространстве и конструирующихся журналистами.

Ключевой базой исследования стали гендерно-маркированные компоненты журналистских материалов, опубликованные на страницах современной российской печатной периодики и интернет-изданий.

Объект исследования - российская пресса.

Предмет исследования - образ женщины и мужчины в современной прессе и роль гендерных стереотипов в его формировании.

Существующее разнообразие подходов к проблеме гендера, а также наличие определенного кризиса в разработке теории сами по себе являются свидетельством степени ее развитости и теоретической глубины. В работы были описаны содержание и особенности современных научных подходов к изучению понятия гендер в гуманитарных исследованиях. Результатом стали обобщающие выводы о многозначности понимания гендера, который может быть определен в современной науке как:

* социальный статус, который определяет индивидуальные возможности в образовании, профессиональной деятельности, доступе к власти, сексуальности, семейной роли и репродуктивном поведении;
* совокупность поведенческих характеристик и ролей, определяющих личный, социальный и правовой статус мужчины или женщины в определенном обществе;
* система социокультурных отношений мужчин и женщин, оформляющаяся в процессе их межполового общения и реализующая себя во всех сферах жизни;
* совокупность социальных и культурных норм, смыслов и ожиданий, которые общество предписывает индивидам в зависимости от их пола

Язык как механизм, отражающий и кодирующий основные явления социальной реальности, всегда был в центре внимания гендерных исследований. Языковые различия усиливают внутригрупповое единство и в то же время увеличивают дистанцию между группами, способствуя формированию и поддержанию их идентичности.

В работе был проведен анализ базовых трудов по гендерной лингвистике, описывающих основные различия между мужской и женской устной и письменной речью, коммуникативными стратегиями.

Рассмотрение гендерных стереотипов в контексте теории социального конструирования гендера позволяет определять их как стандартизированное представление о моделях поведения и чертах характера, соответствующих понятиям «мужское» и «женское», а также учитывать исторический и культурный контекст при анализе гендерных стереотипов.

В средствах массовой коммуникации наиболее очевидна та или иная акцентуация гендерных стереотипов, и СМИ во многом начинают играть роль не вторичной, но первичной социализации в современном обществе, что значительно усиливает необходимость их подробного анализа в вопросах, связанных с формированием гендерных стереотипов.

Контент-анализ текстов подтвердил предположение, что лингвистическая экспликация концептов «мужественность» и «женст-венность» в литературе неравнозначна, что проявляется в том, что образы идеального маскулинного и фемининногопове-дения, представленные в книгах, ориентированных на аудиторию разных полов, вступают в явное несоответствие друг с другом.

СМИ, освещая гендерную тематику, играют роль канала формирования гендерной парадигмы современного и будущего, диктуют и формируют стереотипы своего времени и становятся мощным средством воздействия на социальную и культурную ориентацию личности.

Мужчины представлены в деловом, формальном или неформальном облике, но любой облик предлагается как нечто абсолютно серьезное, глубоко личностное.

Мужчины чаще всего связаны с успехом, инициативой, автономией.

Женщины представляются с заинтересованным отношением к той одежде, которую они носят, и к тем жестам, которые ей соответствуют. Но характер, создаваемый рекламным костюмом, дает возможность менее серьезно рассматривать ее в социальных ситуациях; индивидуальность, переданная через манеру одеваться, - вещь несерьезная.

Таким образом, образы мужчин и женщин предстают перед нами довольно стереотипными, и большинство этим образам верит.

Гендерные стереотипы, которые не соответствуют реалиям, становятся серьезной проблемой и общества, и человека, потому что они сдерживают развитие личности, становятся препятствием на пути самореализации не только женщин, но и мужчин. Учредителями и поддерживателями стереотипов часто являются такие факторы, как традиции, культура, религия, семейное воспитание, образование, взрослые, СМИ, искусство, литература и другие факторы, которые часто изображают характеры мужчин и женщин в соответствии с традиционными, стереотипными ролями.

Основные гендерные стереотипы массового сознания, которые транслируют СМИ: настоящий мужчина, сильный пол, мачо, герой - в изображении мужчин и хранительница, барби, жертва, деловая женщина - в изображении женщин.

Рассмотрев бытования заголовков с гендерными стереотипами в текстах СМИ, можем сделать вывод, что роль женщины заметно растет, но на страницах прессы попадаются еще журналистские материалы с заголовками, которые воспроизводят традиционную недооценку роли женщины в социуме; одновременно уменьшается роль мужчины в важных сферах общественной жизнедеятельности, о чем свидетельствует структурно-содержательное наполнение заголовков журналистских материалов на страницах современной русскоязычной прессы.

В газетных текстах эксплицирована лексико-семантическая группа номинативных единиц, характеризующих представителей обоих полов по различным признакам, тем самым осмысливая социальное содержание основных гендерных понятий. Активизация гендерно маркированных лексем и выражений в печатных изданиях свидетельствует не только о речетворческой креативности журналистов, но и трансформации общественных взглядов относительно гендерных ролей в современном социуме.

Достижения равенства между женщинами и мужчинами является главным атрибутом процесса утверждения подлинной демократии, ведь ее развитие в стране невозможно без внедрения гендерного равенства. Поэтому актуальной проблемой современности является гендерная экспертиза всего законодательства, которое должно работать в интересах социума, а не просто декларироваться. Итак, перспективный путь к пониманию гендерного паритета в обществе могут проложить СМИ, формируя и пропагандируя истинные ценности демократии и гражданского общества, которое успешно развивается.

Спасибо за внимание!