

- comparing navy ships in weapons, reservation and flexibility we can consider that "Iowa" was the best ship of the Second World War.

The Soviet Union aircrafts and tanks superiority characteristics allowed winning a significant number of battles over Germany. At the same time the advantages of the allied ships made a significant contribution to the victories on the water.

СЕКЦІЯ 3.

ДУХОВНА КУЛЬТУРА УКРАЇНИ: ТРАДИЦІЇ ТА СУЧАСНІСТЬ

Аветисян М.
ХНУ ім. В.Н. Каразіна

ГЕНДЕРНЫЕ СТЕРЕОТИПЫ ИЛИ ОБРАЗ ЖЕНЩИНЫ В МАССОВОЙ КУЛЬТУРЕ

Массовая культура – это такой контекст современного состояния мира, в котором невозможно нивелирование стереотипов. Стереотипы имеют свойство меняться во времени, отражать политические интересы и идеологию государств, национальных или международных партий, а также представления обыденного сознания, свойственного эпохе. Сила стереотипного влияния массовой культуры на современное общество заключается не только в формировании определенных социальных образов, но и в закреплении норм поведения, моральных ценностей. Это, неким образом, формирует или даже предугадывает поступки людей.

Для того чтобы яснее понимать, что формирует образы в массовой культуре, нужно дать понятие этому феномену. Массовая культура или культура большинства – это культура быта, развлечения и информации, преобладающая в современном обществе. Она включает в себя такие явления как, средства массовой информации, спорт, литературу, изобразительное искусство, кинематограф и музыку. Это все доказывает важность значения масскультуры в сознании современного человека.

Что такое гендерные стереотипы можно понять, дав формулировку понятию гендер. Гендер – это специфический набор культурных характеристик, которые определяют социальное поведение женщин и мужчин, их взаимоотношения между собой. Гендер, таким образом, относится не просто к женщинам или мужчинам, а к отношениям между ними, и к способу социального конструирования этих отношений, т.е. к тому, как общество «выстраивает» эти отношения взаимодействия полов в социуме.

В процессе формирования мужских и женских образов сложилась система гендерных стереотипов, определяющая роли, функции, особенности поведения мужчины и женщины. В основе современных женских образов лежат стереотипные представления о женском поведении и предназначении женщины. Смысловое наполнение гендерных стереотипов зависит от экономических, социальных и культурных характеристик общества. Так, в постсоветском пространстве, несмотря на высокий процент занятости женского населения в общественно-профессиональном производстве, представления о патриархальном укладе жизни по-прежнему остаются актуальными, что выражается в представлениях о взаимоотношениях мужчины и женщины. Ситуация следующая (важно: именно в постсоветском пространстве):

– мужчина должен покорить женщину («В мужчине с самого детства воспитывают уверенность в том, он должен завоевать женщину, а она – оставаться кроткой, милой, загадочной»),

– в обществе положение мужчины остается доминирующим,

– мечта каждой женщины – создание семьи («Поступишь в институт, потом работаешь, пока не найдешь подходящего мужа, чтобы бросить все это и рожать детей. Если вы делаете это по порядку, жизнь ваша удалась. Какие-либо отклонения от плана – признак ненормальности»).

Большая часть женского населения стран СНГ формулу идеальной, «счастливой» жизни строит исходя из семейного положения. Женщина должна выйти замуж, вести домашнее хозяйство, заниматься рукоделием, при этом она может не отказываться от работы. Но каких бы карьерных высот ни достигла современница, согласно устоявшемуся мнению, ее избранник должен обеспечивать семью, муж для женщины постсоветского пространства по-прежнему остается добытчиком, человеком сильным,

мужественным, способным решить все проблемы. В обществе сохраняется негативное отношение к женщинам, отказывающимся иметь детей.

Жизненные устремления западных женщин, например американок не связаны с семейным бытом, они ориентированы на профессиональную реализацию. Потому у феминизированных женщин запада поведение и образ славянок вызывают удивление.

Эмансипация, теория о равноправии полов ведет к изменению стандартов мужского и женского поведения. В странах запада женщины активно проявляют себя в профессиональной сфере, занимаются бизнесом, политикой, выбирают те отрасли труда, которые традиционно считались мужскими, например, армию, морской флот и др. Профессиональные успехи женщин позволяют не связывать мечты о счастливой семейной жизни с финансовым благополучием. Исходя из чего, нормой становится ведение раздельного семейного бюджета, составление брачных контрактов, в которых оговариваются семейно-бытовые обязанности супругов. Изменение привычных нам статусов мужчины и женщины – мужчина-добытчик и кормилец, женщина – домохозяйка и мать – влечет за собой трансформацию их поведения: меняются представления о мужском и женском характере, стиле и образе жизни. В наших же пространствах все культурные явления показывают обратный процесс образотворения. Именно привычные образы и показывает массовая культура обществу. Больше того, «западные образы» чаще принимаются как аморальные, не правильные, и, как можно заметить, практически всегда с субъективной оценкой.

Все предыдущие утверждения, на мой взгляд, являются верными, однако нельзя не учитывать факт трансформации и самого человека в культурном пространстве. Из этого следует односторонность утверждений о выявлении лишь традиционных образов, хоть их изображений и большинство. В социуме происходят изменения: занятость в профессиональном производстве позволяет женщине не всегда рассчитывать на поддержку мужа, любимого человека. Современный семейный бюджет может полностью состоять из доходов жены в то время, когда муж будет вести домашнее хозяйство либо получать низкую заработную плату. Таким образом, иногда, женщина превращается в добытчицу, она содержит

семью, вследствие чего в ее поведении наблюдаются ярко выраженные черты, которыми еще совсем недавно были наделены стереотипизированные мужские образы.

Трансформация ролевых функций и характеристик женских и мужских образов приводит к изменению и гендерных стереотипов, наряду с привычными определениями деятельности женщины и мужчины употребляются новые, которые знакомят с очередными стандартами поведения индивидов в социальной среде, приобщают к ним широкие слои населения.

Культура, по большей мере масс-медиа теме стереотипов уделяют значительное внимание, что тесно связано с изучением психологии мужчины и женщины. Отличие социопсихологических характеристик индивидов приводит к формированию разных типов поведения, которые остаются малопонятными представителям противоположного пола, вследствие чего аудитория воспринимает определенные мужские и женские образы, несоответствующие объективной реальности. Возьмем женские журналы, активно формирующие и тиражирующие гендерные стереотипы, в то же время обращают внимание читателей на то, что данные стереотипы могут быть ложными. Так, например, психика «сильного мужчины» подвержена сильным эмоциональным нагрузкам, следовательно, психологические возможности мужской аудитории оказываются сильно преувеличенными: «Мужчины очень нежные и ранимые существа, а вы не знали?». Подобные «заблуждения» сложились в общественном сознании и относительно женщин, например, «мужчины думают, что женщины одеваются для них, – и не правы. Шоппинг – это занятие для себя в первую очередь, и для подруг – во вторую».

Можно сделать вывод, что стереотипы необходимо пересматривать, подвергать сомнению, а иногда и выстраивать модель поведения, нарушая стереотипные правила. Ведь если слепо следовать стереотипному образу и действовать исходя из его положений, можно лишиться индивидуальности. Потому, что готовые стереотипы не учитывают психологических особенностей каждой отдельно взятой личности.

Александрова А.