

*Woman in Russian Society*  
2018. No. 1 (86). P. 19—29  
DOI: 10.21064/WinRS.2018.1.2

*Женщина в российском обществе*  
2018. № 1 (86). С. 19—29  
ББК 60.542.2  
DOI: 10.21064/WinRS.2018.1.2

### ГЕНДЕРНЫЕ СТЕРЕОТИПЫ СОВРЕМЕННОЙ ПРОВИНЦИАЛЬНОЙ МОЛОДЕЖИ: ОПЫТ СОЦИОЛОГИЧЕСКОГО ИЗМЕРЕНИЯ

*И. А. Бегина, С. Г. Ивченков, Н. В. Шахматова*

Саратовский национальный исследовательский государственный университет  
им. Н. Г. Чернышевского, г. Саратов, Россия, ivchenkovsg@mail.ru

На основе результатов социологического исследования, проведенного в Саратове в 2016 г., определяется степень распространенности гендерных стереотипов в молодежной среде. Данные стереотипы выявлялись и измерялись через такие индикаторы, как нормы и ценности, идеалы феминности и маскулинности, статусно-ролевые диспозиции гендерных представлений и практик поведения в повседневной жизни. Отмечено, что большинство молодежи имеет стереотипные установки на традиционное распределение ролей в семье. Реальные практики достаточно близки к гендерным представлениям. Выявлена позиция двойного стандарта примерно у каждого третьего опрошенного. Молодые люди склонны оправдывать полигамный характер мужского поведения в повседневной жизни. Кроме того, в этой среде распространен гендерный стереотип превосходства мужской дружбы над женской. Исследование показало, что у молодежи идеалы феминности и маскулинности носят традиционный характер. С годами молодые люди реже обращают внимание на внешнюю красоту и чаще отмечают важность наличия уверенности и самостоятельности у мужчин и верности и понимания у женщин. Уточнено, что у молодежи региона доминирует стереотипное представление о мужских и женских профессиях. Выявлено противоречие между самооценками независимости провинциальной молодежи от общественного мнения и реальной стереотипизированностью почти половины молодых саратовцев. Одновременно это показывает бессознательный характер принятия гендерных стереотипов, которые зачастую не осознаются субъектами социального взаимодействия и имеют значительный потенциал воспроизводства.

**Ключевые слова:** гендер, гендерные стереотипы, молодежь, идеалы феминности и маскулинности, статусно-ролевые диспозиции, гендерные отношения и практики.

---

---

## GENDER STEREOTYPES OF PROVINCIAL YOUTH TODAY: A SOCIOLOGICAL STUDY

*I. A. Beginina, S. G. Ivchenkov, N. V. Shakhmatova*

Saratov State University, Saratov, Russian Federation, ivchenkovsg@mail.ru

The article presents the results of the sociological survey conducted in Saratov and reveals the degree of gender stereotypes prevalence among youth. Gender stereotypes of provincial youth were identified and measured by means of such indicators as corresponding norms and values, feminine and masculine ideals, status-role dispositions of gender relations and behavior practices in the course of everyday life. The majority demonstrated stereotypical attitude to traditional role distribution in the family. Real practices are close enough to gender images. Approximately about 30 % of young people showed double-standard attitude. They are inclined to justify masculine polygamy in family and everyday life. Besides the gender stereotype of male friendship superiority over the feminine one is demonstrated, as well. The investigation showed traditional character of youth ideals concerning feminine and masculine essence. In the course of life youth start paying less attention to physical attractiveness; at the same time the importance of such characteristic features as self-confidence in men and faithfulness and understanding in women goes up with the course of time. The dominance of stereotype division in “male” and “female” occupations is pointed out. Every second youth is inclined to evaluate a woman-leader prejudicially. The contradiction between provincial youth self-evaluation of their independence from public opinion and real stereotype nature of more than half of Saratov youth is revealed. At the same time, this fact demonstrates an unconscious character of gender stereotypes of which the subjects of social interaction are not aware and which has a significant reproduction potential.

**Key words:** gender, gender stereotypes, youth, feminine and masculine ideals, status-role dispositions, gender relations and practices.

Представители гендерных направлений как в психологии [Батлер, Гэйс, 2003], так и в социологии [Клецина, Юркова, 2002; Здравомыслова, Темкина, 2006; Рябова, Романова, 2012] достаточно много внимания уделяют гендерным стереотипам, являющимся эмоциональными упрощенными моделями восприятия качеств и поведения мужчин и женщин. Однако вопрос о роли данных стереотипов в представлениях и практиках поведения молодежи затрагивается редко. Между тем эти стереотипы амбивалентны: они облегчают организацию повседневной жизни, но носят негативный характер в силу редукционности, особенно в провинциальной молодежной среде. Саратовский регион является средним, т. е. достаточно типичным. Это обусловило необходимость социологического изучения гендерных стереотипов саратовской молодежи (2016 г.). Целевая квотная выборочная совокупность опрошенных методом анкетирования составила 610 человек. Основные критерии отбора — пол (50 % девушек, 50 % юношей), возраст (до 30 лет), место жительства, образование. Ошибка выборки составляет  $\pm 5$  %. Обработка и анализ данных осуществлялись на базе компьютерной программы SPSS v. 19.

Был разработан авторский опросный инструментарий. Гендерные стереотипы провинциальной молодежи выявлялись и измерялись через такие индикаторы, как ценности, идеалы феминности и маскулинности, статусно-ролевые диспозиции

гендерных представлений и практик повседневной жизни. Так, для фиксации гендерных ролевых позиций использовались переменные представлений молодежи о роли хозяина в семье. Большинство опрошенных (57,5 %) видят в качестве хозяина только мужчину. Каждый третий (32,5 %) — обоих супругов. 5 % приписали эту роль женщине. Таким образом, у большинства провинциальной молодежи выявлены стереотипные установки на традиционное распределение ролей в семье.

На контрольный вопрос о главе семьи в современном обществе 39,5 % молодежи Саратова ответили, что в семье должно быть равноправие. 28,5 % полагают: главой может быть только мужчина. С мнением, что хозяином должен быть в первую очередь мужчина, а женщина — только в редких случаях, согласились 24 %. Что касается реального главы семьи самих опрошенных, то у 35 % молодежи им является отец. 16 % саратовцев отметили, что все решения принимает муж. 22 % указали в качестве главы семьи мать, 2 % — жену. 8 % считают, что в их семье равноправие и все решения муж и жена принимают вместе. Трудным этот вопрос оказался для 13 % молодежи. Таким образом, реальные практики достаточно близки к гендерным представлениям, лишь на 6 % меньше тех, у кого реальным главой семьи является мужчина (51 %), по сравнению с количеством опрошенных, полагающих, что именно он должен быть главой (57 %). Эти данные еще раз подтверждают достаточно высокий уровень распространенности традиционных гендерных стереотипов и показывают значительный потенциал их воспроизводства в молодежной провинциальной среде по примеру родительской семьи.

Другим индикатором стереотипности гендерных представлений и практик стало отношение к неверности в браке. Большинство молодежи (51,5 %) склонно считать, что мужские измены самые распространенные в обществе. 23 % молодежи полагают, что в основном изменяют женщины. Точки зрения, что измены свойственны мужчинам и женщинам в одинаковой степени, придерживаются 12 %. Затруднились с определением по этому вопросу 14 %. Налицо позиция двойного стандарта примерно у каждого третьего представителя молодежи. Они склонны оправдывать гаремный (полигамный) характер мужского поведения в повседневной жизни.

По поводу степени стереотипности гендерного аспекта дружеских отношений выяснилось следующее. У 38,5 % молодежи друзьями являются как юноши, так и девушки в равной степени. 28,5 % указали, что среди их друзей юношей больше, чем девушек. 15 %, наоборот, предпочитают дружить с девушками. 10,5 % молодежи дружат только с юношами, 3,5 % — только с девушками. Однако в качестве лучшего друга чаще фигурируют юноши (49,5 %), чем девушки (40,5 %). Это свидетельствует о том, что в молодежной среде распространен гендерный стереотип превосходства мужской дружбы над женской.

Исследование показало, что, по мнению молодежи, для женщин самой главной ценностью в той или иной степени является семья. 93 % молодых саратовцев указали на это (табл. 1). Второе место в рейтинге «женских» ценностей занимает желание удачно выйти замуж (66 %). На третьем месте — стремление подняться по карьерной лестнице (48 %) и, как следствие, материальное благополучие (четвертое место; 47,5 %). 44,5 % молодежи в той или иной степени согласны, что для женщин самое главное — жизнь в свое удовольствие.

Таблица 1

## Представления молодежи о главных ценностях в жизни женщины, %

Главное в жизни женщины	Абсолютно несогласен	Скорее не согласен, чем согласен	По ситуации	Скорее согласен, чем не согласен	Полностью согласен	Итого
Семья	3,0	1,0	3,0	17,5	75,5	100
Удачное замужество	4,0	10,5	19,5	25,0	41,0	100
Карьера	6,0	14,0	32,0	34,5	13,5	100
Деньги	6,0	10,0	36,5	31,5	16,0	100
Отдых, жизнь в свое удовольствие	9,0	11,5	35,0	22,5	22,0	100

Для мужской половины опрошенных приоритеты в данном рейтинге ценностей располагаются иначе (табл. 2). Для них, по мнению молодежи, превыше всего карьера (92 %), чуть менее значимы деньги, они стоят на втором месте (90 %). Семья — на третьем месте (82 %), отдых, жизнь в свое удовольствие (62 %) и удачная женитьба (56 %) — на четвертом и пятом местах рейтинга «мужских» ценностей соответственно. Иными словами, здесь воспроизводятся гендерные стереотипы традиционного распределения ролей.

Таблица 2

## Представления молодежи о главных ценностях в жизни мужчины, %

Главное в жизни мужчины	Абсолютно несогласен	Скорее не согласен, чем согласен	Трудно сказать	Скорее согласен, чем не согласен	Полностью согласен	Итого
Карьера	0,0	0,0	8,0	24,0	68,0	100
Деньги	2,0	0,5	7,0	36,0	54,5	100
Семья	1,5	4,5	12,0	23,0	59,0	100
Отдых, жизнь в свое удовольствие	7,0	6,0	24,0	29,5	33,5	100
Удачная женитьба	12,0	11,0	20,5	27,5	29,0	100

Идеальные образы феминности и маскулинности сопровождают человека с самого детства, в значительной степени формируют его ценностные ориентации и поведенческие практики. В свою очередь, сами эти идеалы выступают продуктом общечеловеческих универсальных ценностей, отражением своего времени, традиций, культуры, результатом процесса социализации индивида и интериоризации им общепризнанных ценностей, а также проекцией социального опыта и субъективных качеств личности. Будучи идеальными конструкциями, они могут лишь отчасти совпадать с реальностью.

Идеал мужчины, по мнению молодежи, коннотирует с образами добытчика, защитника (62,7 % опрошенных), человека независимого и самостоятельного (43,6 %), рационально мыслящего (43 %), физически сильного и нравственно устойчивого (24,5 %). Доминирование этих функциональных характеристик свидетельствует о традиционности гендерных стереотипов провинциальной молодежи, обуславливающих ее взгляды на мужчину как опору семьи, а на женщину как защитный барьер между мужчинами и внешним миром, социальным окружением. Наряду с этими характеристиками, молодежь наделяет идеального мужчину такими морально-личностными качествами, как терпеливость (35 %), романтичность, верность, честность, благородство (по 24 %), щедрость, доброта (14,5 %). Вместе с тем к идеалу маскулинности предъявлялись и поведенческие требования — не употреблять алкоголь, не курить (19 %), ценить семью (7 %), дарить цветы (5,4 %). Упоминались и претензии к внешности — высокий, сильный, красивый (5,5 %). О том, что провинциальная молодежь осознает, насколько этот идеал не соответствует реальности, свидетельствуют следующие факты. 0,5 % опрошенных отказались указывать данные характеристики, заявив, что идеальных мужчин не бывает. Кроме того, в ходе ответов нередко звучали высказывания-антитезы: чтобы «не был тряпкой», «не обижал и не бросал жену», чтобы «за него не было стыдно».

Перекрестный анализ по возрастным подгруппам молодежи показал, что по мере взросления идеалы маскулинности меняются. Так, среди 14—19-летней молодежи важное место в идеале мужчины занимают здоровый образ жизни, ум и красота (9,2 %). Среди 20—25-летних указанные качества отмечают только 5 %, среди 26—30-летних — 3,2 %. Иными словами, с возрастом снижается значимость этих характеристик в данном идеальном конструкте. И наоборот, роль такого качества, как самостоятельность, увеличивается (соответственно 9,2, 15, 22,2 %).

Идеалом феминности является скромная, кроткая (54 % молодежи), ухоженная, верная (39,5 %), интересная, веселая, все понимающая (27,8 %) женщина. По 13,9 % опрошенных подчеркивают в идеале функциональные характеристики — хозяйственность, умение готовить, экономить, зарабатывать (не сосредоточиваясь на карьере — 28 %). 4,5 % настаивают на приветливости и радушии идеальной женщины. При этом подростки до 19 лет больше ориентированы на внешнюю красоту, привлекательность (11,8 %). С возрастом значимость этой характеристики снижается (соответственно 10,2, 7,7 %). Но увеличивается важность функциональных качеств (соответственно 10,8, 14,5, 16,9 %). Таким образом, идеал феминности провинциальной молодежи в основном традиционен и включает функционально-хозяйственные характеристики, черты матери, красивой понимающей подруги, отличается ориентацией на приватную сферу жизнедеятельности. По мере взросления молодых людей внешние параметры красоты идеалов маскулинности и феминности постепенно замещаются функциональными характеристиками уверенности и самостоятельности в мужчинах и верности и понимания в женщинах.

Реальные гендерные стереотипизированные представления молодежи о качествах мужчин и женщин замерялись через набор из 42 характеристик,

каждую из которых предлагалось определить как относящуюся преимущественно к мужчинам, женщинам, всем или не относящуюся ни к кому. К качествам мужского характера молодежь причисляет: силу (78 % опрошенных), убедительность (63,5 %), храбрость (63,5 %), склонность к риску (62 %), агрессивность (57 %), самоуверенность (52 %), серьезность (50,5 %), властность (48 %), изобретательность (48 %), дерзость (44,5 %), независимость (43,5 %), логичность мышления (43 %), жестокосердие (42,5 %), безразличие (41,5 %), устойчивость к стрессам (40,5 %), спокойствие (35 %). Иными словами, доминируют качества, связанные с деятельностью и активностью, достижением цели. Причем эти характеристики с возрастом существенно не меняются.

К качествам, присущим женщинам, молодое поколение относит: чувствительность (73,5 % опрошенных), сентиментальность (67,5 %), легкомыслие (64,5 %), эмоциональность (60,5 %), скромность (54 %), любопытство (52 %), покорность (50 %), привлекательность (45,5 %), добросердечность (42 %), заносчивость (37,5 %), хвастливость (37 %), неосторожность (33,5 %), неорганизованность (34 %). Иначе говоря, это характеристики пассивности, конформизма, иррациональности, заботливости, субъективизма. В то же время такие качества, как лень, амбициозность, сексуальность, уверенность, инициативность, коммуникабельность, свойственны представителям обоих полов. Таким образом, данные характеристики в значительной степени отражают веру молодежи в правомерность доминирования мужского пола.

Гендерной стереотипизации подвергается круг социально-статусных ролей мужчин и женщин. Все больше женщин оказываются на руководящих должностях. Опрос показал, что 64 % молодых людей имели опыт работы под руководством женщины. Они отмечали, что ее поведение часто зависело от эмоций (27 %), у нее всегда были любимчики (18 %), она была некомпетентна, высокомерна (2 %), раздражала (1 %), ее называли женщиной с завышенной самооценкой, бесчувственной (1 %). Однако второе и третье место (по распространенности мнения) после повышенной эмоциональности заняли такие характеристики, как принятие всегда объективных решений (25 %), проявление настоящего профессионализма (19 %). Таким образом, если судить по степени распространенности позитивных и негативных оценок, примерно каждый второй представитель молодого поколения оценивал женщину-руководителя на основе стереотипов. И 44 % давали ей оценку с позиции объективности.

Достаточно стереотипным оказалось и мнение молодежи о женских и мужских профессиях. К мужским молодежь относит профессии боксера, программиста, пожарного, футболиста, грузчика, банкира, сотрудника милиции, ученого, художника, военного. К женским — парикмахера, стилиста, секретаря, кассира, гинеколога, модели, балерины. И к женским и к мужским причислены профессии учителя, врача, повара.

В ходе опроса выявлено: подавляющее большинство молодежи (86,8 %) полагает, что не руководствуется стереотипами и не подвержено влиянию общественного мнения. Более того, табл. 3 наглядно демонстрирует, что чем выше уровень образования молодых людей, тем менее стереотипизированными они себя считают.

Таблица 3

**Влияние образования на самооценку степени стереотипности мышления молодежи, %**

Стереотипность мышления респондента	Образование респондента					По выборке
	Неполное среднее (9 классов)	Среднее (11 классов)	Среднее специальное (техникум, ПТУ)	Незаконченное высшее (не менее трех курсов вуза)	Высшее	
Да, я поддерживаю мнение большинства	14,3	20,9	18,8	8,8	8,3	13,2
Нет, я не поддаюсь влиянию стереотипов и имею свою точку зрения	85,7	79,1	81,3	91,2	91,7	86,8
<i>Итого</i>	100	100	100	100	100	100

Для измерения реального уровня стереотипности сознания молодежи в качестве индикаторов использовались 20 стереотипных тезисов, поговорки из повседневной жизни. В табл. 4 представлена степень согласия молодежи с такими тезисами. Стереотип, что женщины глупее мужчин, полностью разделяют 9,5 % молодежи, в основном согласны с этим еще 12 %, абсолютно несогласны — 41,5 %. 11 % не согласны, но менее категорично. Каждый четвертый (25,5 %) склонен рассматривать данный тезис в зависимости от ситуации. Стереотип о том, что все женщины хотят только одного — выйти замуж, полностью разделяют 11,5 %, в основном согласны с ним 23,5 %. Такова же доля тех, кто абсолютно несогласен с этим. Еще 21 % опрошенных высказали менее категоричное несогласие. 20,5 % относятся к данному стереотипу ситуативно. С тем, что блондинки самые глупые в мире, полностью согласны 11,5 %, отчасти — 23,5 %. Однако 38 % молодежи категорически несогласны с данным утверждением (и это самое распространенное мнение) и еще 18 % высказали менее категоричное несогласие. 17,5 % относятся к этому стереотипу ситуативно. С утверждением, что каждая настоящая женщина должна быть замужем, полностью согласны 30,5 % молодежи (самое распространенное мнение). Еще 16 % согласны с ним, но менее категорично. Однако 18 % категорически несогласны и 11,5 % в основном не согласны. 24 % рассматривают это утверждение ситуативно. Стереотип, что женщина не должна стремиться овладеть типично мужской профессией, полностью (14,5 %) или частично (19 %) разделяет более трети молодежи. Полностью (22 %) или частично (16,5 %) отвергают его 38,5 %. Но самым распространенным является ситуативный подход к данному стереотипу.

Отношение 28 % опрошенных к стереотипу, что женщина должна приспосабливаться к мужчине в своем поведении, зависит от ситуации (самое распространенное мнение). 18 % молодежи абсолютно отвергают его, и 15,5 % — менее уверенно. Такова же доля тех, кто полностью согласен с ним (15,5 %), 22,5 % в основном согласны. Самым популярным у молодежи оказался стереотип, что женщина должна родить ребенка. С ним полностью согласны 66 % молодежи, и частично согласны еще 19 %. Только 1,5 % категорично несогласны, и 3,5 % — менее категорично. Ситуативно отнеслись к данному стереотипу 10 % молодежи.

Таблица 4

## Степень согласия молодежи с гендерными стереотипами, %

Стереотипы	Абсолютно несогласен	Скорее не согласен, чем согласен	Трудно сказать	Скорее согласен, чем не согласен	Полностью согласен	Итого
Женщины глупее мужчин	41,5	11,5	25,5	12,0	9,5	100
Все женщины хотят одного — выйти замуж	23,5	21,0	20,5	23,5	11,5	100
Блондинки — самые глупые в мире	38,0	18,0	17,5	15,0	11,5	100
Курица — не птица, женщина — не человек	66,0	11,5	10,0	6,5	6,0	100
Карьера и личная жизнь женщины несовместимы	27,5	17,0	27,0	13,0	15,5	100
Каждая настоящая женщина должна быть замужем	18,0	11,5	24,0	16,0	30,5	100
Женщины во много раз чувствительнее и эмоциональнее мужчин	7,0	7,5	16,0	24,5	45,0	100
Женщина не должна стремиться овладеть типично мужской профессией	22,0	16,5	28,0	19,0	14,5	100
В своем поведении женщина должна приспосабливаться к мужчине	18,0	15,5	28,5	22,5	15,5	100
Женщина должна выходить замуж девственницей	23,0	20,0	20,0	15,0	22,0	100
Женщина должна родить ребенка	1,5	3,5	10,0	19,0	66,0	100
Женщины — слабый пол, мужчины — сильный пол	11,5	7,5	29,5	24,0	27,5	100
Мужчины не плачут	22,0	15,0	21,5	21,0	20,5	100
Мужчина — добытчик, защитник	4,0	3,5	7,5	22,5	62,5	100
«Все мужики — сволочи»	41,0	22,0	21,5	3,5	12,0	100
Мужчина может быть пьяным, и это его не портит	46,5	20,5	18,0	5,5	9,5	100
Мужчина хуже переносит голод и болезни	16,5	19,5	24,0	16,5	23,5	100
Мужчина эгоистичен, самолюбив, тщеславен, ревнив	19,0	21,0	30,5	13,5	16,0	100
Все мужья изменяют женам	27,5	21,0	25,5	11,5	14,5	100
Настоящий мужчина тот, от которого пахнет коньяком	67,5	11,5	11,0	4,5	5,5	100

Среди гендерных стереотипов, касающихся образа мужчины, самым популярным у молодежи оказался тезис, что мужчина — добытчик, защитник. Его полностью (62,5 %) или в основном (22,5 %) разделяют 85 % молодежи.

На втором месте по популярности стереотип, что женщины — слабый пол, мужчины — сильный пол. С ним полностью (27,5 %) или в основном (24 %) согласны 51,5 % молодежи. На третьем месте стереотип о том, что мужчины не плачут. Его полностью (20,5 %) или в основном (21 %) разделяют 41,5 % молодежи. Далее идут стереотипы, что мужчина хуже переносит голод и болезни (23,5 % его разделяют полностью, 16,5 % — в основном); он эгоистичен, самолюбив, тщеславен, ревнив (16 и 13,5 %); все мужья изменяют женам (14,5 и 11,5 %); мужчина может быть пьяным, и это его не портит (9,5 и 5,5 %); настоящий мужчина тот, от которого пахнет коньяком (5,5 и 4,5 %).

Рейтинг популярности стереотипов, касающихся женщин, выглядит следующим образом. На первом месте стереотип о том, что женщина должна родить ребенка (85 %), на втором — она должна быть замужем (46,5 %), на третьем — в своем поведении женщина должна приспосабливаться к мужчине (38 %), на четвертом — она должна выходить замуж девственницей (37 %). Далее идут стереотипы, что все женщины хотят одного — выйти замуж (35 %), женщина не должна стремиться овладеть типично мужской профессией (33,5 %), блондинки самые глупые в мире (26,5 %) и женщины глупее мужчин (21,5 %). Количество молодежи, полностью или частично приверженной гендерным стереотипам, касающимся мужчин, составляет 34,9 %. Полностью или частично отказываются от них 44,1 % опрошенных. Ситуативно относятся к данным стереотипам 21 %.

Проанализировав результаты методом средней величины, выяснили, что все стереотипы в той или иной степени разделяют 40,38 % молодежи, а не разделяют 37,87 %. Ситуативно к ним относятся в среднем 21,75 % молодых людей. Это показатель достаточно высокого уровня стереотипности сознания саратовской молодежи. Таким образом, налицо противоречие между самооценками независимости провинциальной молодежи от общественного мнения и реальной стереотипизированностью почти половины молодых саратовцев. Одновременно это показывает бессознательное принятие гендерных стереотипов, которые зачастую не осознаются субъектами социального взаимодействия.

Гендерная стереотипизированность провинциальной молодежи проявилась и в соответствующих ценностях, идеалах феминности и маскулинности, в статусно-ролевых диспозициях гендерных представлений и практик поведения в повседневной жизни. Маскулинность традиционно связывается с публичной сферой, рациональностью, деятельностью, участием в жизни общества, работой, карьерой, заработком, риском и защитой. Феминность — с приватной сферой, чувствительностью, зависимостью, конформизмом. Это отражается в качественных характеристиках мужчин и женщин, экстраполируется на гносеологическую, эмоциональную и функциональные сферы повседневной жизни. Прочная гендерная стереотипизированность сознания почти половины провинциальной молодежи свидетельствует о значительном потенциале воспроизводства данных установок из поколения в поколение. Индивиды и социальные группы в большинстве случаев следуют этим стереотипам, поскольку принимают их как истинное знание, что ограничивает динамику развития молодежи, препятствует инновационной трансформации всех сфер жизнедеятельности общества.

**Библиографический список**

- Батлер Д., Гэйс Ф. Л. Невербальные аффективные реакции в отношении лидеров мужчин и женщин: последствия с точки зрения оценки лидерства // Общественное животное: исследования / под ред. Э. Аронсона. СПб.: Прайм-Еврознак, 2003. Т. 2. С. 143—186.
- Здравомыслова Е. А., Темкина А. А. Категория власти в гендерных исследованиях // Гендер как инструмент познания и преобразования общества: материалы Международной конференции «Гендерные исследования: люди и темы, которые объединяют сообщество» / под ред. Е. А. Баллаева, О. А. Ворониной, Л. Г. Луныкова. М.: МЦГИ, 2006. С. 105—115.
- Клецина И. С., Юркова Е. В. Межличностные отношения и гендерные стереотипы: партнерство или манипуляция // Гендерные отношения в современном российском обществе: материалы второй межвузовской студенческой конференции / отв. ред. Т. А. Мелешко, М. В. Рабжаева. СПб.: Политехника, 2002.
- Рябова Т. Б., Романова А. А. Гендерное измерение современного российского антиамериканизма: (к постановке проблемы) // Женщина в российском обществе. 2012. № 3. С. 21—35.

**References**

- Batler, D., Gëis, F. L. (2003) Neverbal'nye affektivnye reaktsii v otnoshenii liderov muzhchin i zhenshchin: posledstviia s tochki zreniia otsenki liderstva [Non-verbal affective responses to leaders of men and women: implications in terms of leadership evaluation], in: Aronson, E. (ed.), *Obshchestvennoe zhivotnoe: Issledovaniia*, vol. 2, St. Petersburg: Прайм-Еврознак, pp. 143—186.
- Kletsina, I. S., Iurkova, E. V. (2002) Mezhlichnostnye otnosheniia i gendernye stereotipy: partnërstvo ili manipuliatsiia [Interpersonal relationships and gender stereotypes: partnership or manipulation], in: *Gendernye otnosheniia v sovremennom rossiiskom obshchestve: Materialy vtoroi mezhvuzovskoi studencheskoi konferentsii*, St. Petersburg: Politekhnik.
- Riabova, T. B., Romanova, A. A. (2012) Gendernoe izmerenie sovremennogo rossiiskogo anti-amerikanizma: (K postanovke problemy) [The gender dimension of modern russian Anti-Americanism: (To the problem statement)], *Zhenshchina v rossiiskom obshchestve*, no. 3, pp. 21—35.
- Zdravomyslova, E. A., Temkina, A. A. (2006) Kategoriia vlasti v gendernykh issledovaniakh [The category of power in gender studies], in: Ballaev, E. A., Voronina, O. A., Lunia-kov, L. G. (eds), *Gender kak instrument poznaniia i preobrazovaniia obshchestva: Materialy Mezhdunarodnoi konferentsii "Gendernye issledovaniia: liudi i темы, kotorye ob"ediniiaut soobshchestvo"*, Moscow: MTsGI, pp. 105—115.

Статья поступила 21.04.2017 г.

*Информация об авторах / Information about the authors*

**Бегинина Ирина Александровна** — кандидат философских наук, профессор, заведующая кафедрой социологии регионов, Саратовский национальный исследовательский государственный университет им. Н. Г. Чернышевского, г. Саратов, Россия, [begininaia@info.sgu.ru](mailto:begininaia@info.sgu.ru) (Cand. Sc. (Philosophy), Professor, Head of the Department of Sociology of Regions, Saratov State University, Saratov, Russian Federation).

**Ивченков Сергей Григорьевич** — доктор социологических наук, профессор, заведующий кафедрой социологии молодежи, Саратовский национальный исследовательский государственный университет им. Н. Г. Чернышевского, г. Саратов, Россия, [ivchenkovsg@mail.ru](mailto:ivchenkovsg@mail.ru) (Dr. Sc. (Sociology), Professor, Head of the Department of Sociology of Youth, Saratov State University, Saratov, Russian Federation).

**Шахматова Надежда Владимировна** — доктор социологических наук, профессор кафедры истории, теории и прикладной социологии, Саратовский национальный исследовательский государственный университет им. Н. Г. Чернышевского, г. Саратов, Россия, [nadezhdashakhmatova@yandex.ru](mailto:nadezhdashakhmatova@yandex.ru) (Dr. Sc. (Sociology), Professor at the Department of History, Theory and Applied Sociology, Saratov State University, Saratov, Russian Federation).