

Женщина в российском обществе. 2023. № 3. С. 86—96.

Woman in Russian Society. 2023. No. 3. P. 86—96.

Научная статья

УДК 316.353

DOI: 10.21064/WinRS.2023.3.7

**СРАВНИТЕЛЬНЫЙ АНАЛИЗ СОЦИАЛЬНЫХ ПОРТРЕТОВ
ЖЕНЩИН И МУЖЧИН ТОПОВЫХ БЛОГЕРОВ
(На примере социальной сети «ВКонтакте»)**

*Екатерина Владимировна Панкратова,
Екатерина Викторовна Тенчова*

Ивановский государственный университет,
г. Иваново, Россия, e_v_pankratova@mail.ru

Аннотация. Предмет анализа статьи — новое явление российского общества: мужское и женское блогерство. Разработан социальный портрет современных топовых блогеров женщин и мужчин. Подчеркивается, что портрет блогера формирует социальные установки, определяющие специфику социального поведения современных молодых людей. В качестве эмпирической основы исследования использован рейтинг блогеров в социальной сети «ВКонтакте» компании «Медialogия». Сделан вывод о несоответствии образов топ-блогеров современным общественным запросам на нравственное воспитание молодежи.

Ключевые слова: социальная сеть, «ВКонтакте», социальный портрет топовых блогеров женщин и мужчин, нравственные ценности молодежи

Для цитирования: Панкратова Е. В., Тенчова Е. В. Сравнительный анализ социальных портретов женщин и мужчин топовых блогеров: (на примере социальной сети «ВКонтакте») // Женщина в российском обществе. 2023. № 3. С. 86—96.

Original article

COMPARATIVE ANALYSIS OF SOCIAL PORTRAITS OF TOP FEMALE AND MALE BLOGGERS (On the example of VKontakte social network)

Ekaterina V. Pankratova, Ekaterina V. Tenchova

Ivanovo State University, Ivanovo, Russian Federation, e_v_pankratova@mail.ru

Abstract. The subject of the analysis of this article are male and female bloggers, who have become a new phenomenon in Russian society. The authors present a social portrait of modern top female and male bloggers. The article emphasizes that the social portrait of a blogger forms social attitudes that determine the specifics of the social behavior of modern young people. The authors used the ranking of VKontakte bloggers of the company “Medialogy” as an empirical basis for the study. It was concluded that the images of top bloggers do not meet modern public demands for the moral education of young people.

Key words: social network, VKontakte, social portrait of top female and male bloggers, moral values of youth

For citation: Pankratova, E. V., Tenchova, E. V. (2023) Sravnitel'nyĭ analiz sotsial'nykh portretov zhenshchin i muzhchin toповykh blogerov: (Na primere sotsial'noĭ seti “VKontakte”) [Comparative analysis of social portraits of top female and male bloggers: (On the example of VKontakte social network)], *Zhenshchina v rossiĭskom obshchestve*, no. 3, pp. 86—96.

Введение

Блогерство как вид деятельности прочно входит в жизнь современного человека. Блогерство (блогинг) — это процесс ведения индивидуального сайта, т. е. блога. Блог представляет собой публикуемый в интернет-пространстве личный журнал, состоящий из отдельных записей [Федотовская, 2020]. Блогер — пользователь сети Интернет, который регулярно ведет блог. Блоги создаются одним человеком, иногда группой. Особенность блогов заключается в структуре и в простоте добавления новых записей [Бурдюгова и др., 2019: 138]. Для многих такое занятие уже не просто способ проведения свободного времени, а один из видов профессиональной деятельности. При этом в полной мере назвать блогинг профессией нельзя, так как данному виду деятельности не обучают в профессиональных образовательных учреждениях, на него не разработано профессиональных государственных стандартов и он не числится в классификаторе профессий [Общероссийский классификатор профессий... , 2023]. Но при всех этих ограничениях блогинг дает доход и может выступать единственным источником заработка. Сегодня рост популярности блогерства неоспорим. К этому занятию прибегают люди вне зависимости от пола, возраста, профессии, образования, наличия работы и других факторов.

Компания «Медиалогия» составила рейтинг блогеров социальной сети «ВКонтакте» за апрель 2023 г. При учете позиции в рейтинге использовался

индекс влиятельности социального медиа (SM Influence), включающий суммарную вовлеченность блога в сеть и количество публикаций за месяц. В фокусе исследовательского внимания прежде всего оказались 8 женщин топ-блогеров: Даша Дошик (SM Influence 792), KARA KROSS (781), Karna.val (771), SAMCHUK STUDIO (768), GAVRILINA (747), Аня Pokrov (729), ВАША МАРУСЯ (694), AGENT GIRL (685) — и 8 мужчин топ-блогеров: Вадим Спириденков (788), Дмитрий Масленников (771), А4 (Влад Бумага) (755), Kuplinov ▶ Play (747), Кукояки (736), Группа Брайна (721), Арсений Попов (686), ЛИТВИН (685)¹. Отметим, что среди блогеров сети «ВКонтакте» на исследуемый период лидирует женщина — Даша Дошик, причем в прошлые месяцы позицию лидера занимал Вадим Спириденков (veydi_rush).

Современные блогеры могут иметь множество подписчиков и являться кумирами, выступая эталонами образа жизни, мыслей, проводниками ценностей. В эту аудиторию активнее всего включаются дети и молодежь, которые, по данным исследователей, выражают наибольшую заинтересованность блогинг-деятельностью [Зорина, 2022]. Женщины и мужчины топ-блогеры сети «ВКонтакте» — это иконы стиля, которые вдохновляют своим образом жизни многих молодых людей.

Женский блогинг стремительно развивается, так как он объединяет возможности получать деньги и работать без жесткого графика. Заработок женщины, ведущей блог, часто приравнивается к доходам женщины, работающей в бизнесе. Можно с уверенностью прогнозировать, что популярность женского блогинга будет увеличиваться быстрыми темпами [Чилипенков, 2018: 82].

Топовые блогеры сети «ВКонтакте» интересуют своих подписчиков контентом с пустым содержанием в красивой обертке, выстроенным вокруг развлечения аудитории за счет необычных и шуточных историй или навыков, способных привлечь внимание многочисленной целевой аудитории [Султанова, 2022: 176]. Содержание такого блога чаще всего демонстрирует социально нежелательное поведение, обесценивает традиционные для общества идеалы, стирает границы дозволенного, внушает подписчикам, в первую очередь молодому поколению, идею легких денег, жизни в свое удовольствие. Такие блоги одурманивают разум молодого человека идеей нескончаемого праздника, в котором необязательно учиться, получать профессию, трудиться, гордиться культурой своей страны.

Цель данного исследования — описание социального портрета современных топ-блогеров. В качестве основного метода использован контент-анализ. Реализация поставленной цели была несколько затруднена тем, что каждый топ-блогер имеет свой индивидуальный портрет, часто привлекая аудиторию тем, чего нет на страницах других. Данный факт усложняет процедуру стандартизации данных. Сама сеть «ВКонтакте» предлагает некие унифицированные личные характеристики пользователя (например, данные профиля, интересы, образование, карьера, жизненная позиция и т. д.), однако для заполнения они необязательны, и у большинства топовых блогеров такая информация отсутствует.

Неслучаен и выбор социальной сети «ВКонтакте» — крупнейшего сообщества русскоговорящих пользователей Интернета. Ее основной аудиторией являются молодые люди. К преимуществам этой платформы следует отнести

¹ Блогеры в социальной сети «ВКонтакте», апрель 2023 // Медиалогия. URL: <https://www.mlg.ru/~OsR1v> (дата обращения: 29.05.2023).

возможность охвата многочисленной интернет-аудитории, использование различных средств донесения сообщения до подписчика — фото, видео, текстов. Выбор способа коммуникации с аудиторией зависит также от возможностей и талантов блогера [Чилипенко, 2018: 78].

Социологи и другие специалисты в области социально-гуманитарного направления описывают социальные портреты различных социальных групп, обращая при этом внимание на характеристики, специфичные именно для представителей данной общности. Ученые составляют социально-статусные, речевые, социально-ролевые, социально-психологические, социально-педагогические, медико-социальные и другие портреты многочисленных социальных групп и их представителей. Универсальной структуры социального портрета не существует, так как облик группы зависит от ее участников. Более того, социальный портрет может быть создан по объективным характеристикам членов группы (пол, возраст, профессия, образование, сфера занятости и пр.) и, наоборот, по субъективным, когда свой портрет «рисует» сам представитель данной группы. Именно поэтому неотъемлемой частью социального портрета блогера является самопрезентация. Она становится одним из средств достижения высот самореализации личности во многих сферах деятельности. Человек преподносит себя окружающим, которые на основе получаемой информации создают свое мнение [Корягина, 2012]. Современные социальные сети предоставили дополнительную площадку для виртуальной самопрезентации — процесса формирования субъектом определенного впечатления о себе в виртуальной среде [Хороших, Чарыкова, 2017: 104], которую активно используют все большее количество людей по всему миру.

Близким к описанию социального портрета выступает изучение образов. Трансляция образов мужчин и женщин, стереотипность их представления хорошо изучены. Исследования стереотипных образов женщин и мужчин в разных средствах массовой информации, например в телевизионной рекламе, а также в дифференцированных сферах общественной и семейно-бытовой жизни [Саралиева, Щекотуров, 2015], политической [Рябова, 2008], профессиональной [Хасбулатова, Смирнова, 2020] и других приводят ученых к выводам о явном «превосходстве мужского над женским» [Медведева, 2019: 93]. Исследовательница Е. И. Медведева, анализируя транслируемый женский образ в рекламе автомобилей, заключила: «...женщина, загнав себя в трудную ситуацию, прибегает к “женским” способам из нее выбраться и использует возможности своего тела. Женщине приходится работать телом, а мужчине — мозгами» [Медведева, 2019: 93]. Приведем еще один важнейший вывод о составляющей образа современной женщины, транслируемого посредством рекламы. Это ее эротичность («показ плеча, декольте, ног, силуэта обнаженного тела»), что используется для привлечения мужчин в качестве покупателей рекламируемого товара как возможность обладать желанным [Гоголева, 2019: 81].

Т. Б. Рябова исследует образы мужчин и женщин сквозь призму разных составляющих: активности, власти, интеллекта и многих других. При этом она отмечает, что образ женщины наполнен многими негативными характеристиками (пассивность, иррациональность, порой глупость), мужской образ, наоборот, отличается активностью, интеллектуальностью, властью. Женщине приписываются и позитивные черты — тактичность, вежливость, забота, а мужчине

негативные — агрессивность, эгоизм, бесчувственность [Рябова, 2008]. По мнению ученых, современным образам мужчин присуща так называемая метросексуальная культурная модель, которая выражена завуалированной агрессивностью и несклонностью к эмоциям, включая безграничный индивидуализм и заботу о своем внешнем виде, стремление к самосовершенствованию, утонченные манеры и эстетический вкус [Остроух, 2006]. Данная модель мужественности неслучайна, так как выступает отголоском современной западной культуры, неким собирательным образом, который удачно ложится на транслируемые массовой культурой ценности.

На наш взгляд, социальные сети, в силу охвата огромной аудитории, формируют массовое сознание и, естественно, транслируют определенный образ как мужчины, так и женщины. Но вследствие наибольшей популярности сетей в среде молодых людей и людей среднего возраста эти образы хоть и схожи с распространяемыми, например, через телевидение, но не столь полярны. Гипотеза, которая была основанием для проведения авторского исследования, состоит в том, что образы женщин и мужчин топ-блогеров, имеют много схожих черт, соответствующих запросу массовой молодежной аудитории. Они транслируют одинаковый незамысловатый образ жизни, одинаковые занятия, ценности. В таких портретах нет содержательного мужского и женского лица, на которое могут и должны равняться будущие поколения мужчин и женщин.

По причине того что объем изучаемого материала невелик и носит визуальный характер, нами был использован качественный контент-анализ. Выделенные единицы анализа проходят более гибкую процедуру контент-анализа и представлены обобщенно в отличие от требований к стандартному количественному исследованию. Каждая из них выражена единицами информации, которые и объединялись в смысловые группы [Пашинян, 2012].

Результаты исследования

Опишем социальные портреты женщин и мужчин топ-блогеров, представив информацию по выделенным нами смысловым группам с учетом того, что рейтинг возглавляют блогеры с визуальным контентом, в котором минимум текста.

Внешний вид. Даша Дошик², Аня Pokrov³, KARA KROSS⁴, karna.val⁵, GAVRILINA⁶, ВАША МАРУСЯ⁷, AGENT GIRL⁸ не скрывают свою сексуальную и подтянутую фигуру. Безусловно, демонстрация своего красивого тела объединяет девушек. Они подчеркивают это короткими топами, купальниками, облегающими спортивными костюмами, татуировками на теле. Отметим, что

² Даша Дошик. URL: https://vk.com/i_am_doshik (дата обращения: 05.06.2023).

³ Аня Pokrov. URL: https://vk.com/pokrov_anya (дата обращения: 05.06.2023).

⁴ KARA KROSS. URL: <https://vk.com/krosskarina> (дата обращения: 03.06.2023).

⁵ Karna.val. URL: <https://vk.com/karna.val.music> (дата обращения: 03.06.2023).

⁶ GAVRILINA. URL: <https://vk.com/gavrilina.music> (дата обращения: 03.06.2023).

⁷ ВАША МАРУСЯ. URL: https://vk.com/vashamarousia_tut (дата обращения: 05.06.2023).

⁸ AGENT GIR. URL: <https://vk.com/ivleeva360> (дата обращения: 05.06.2023).

запоминающимся выгладит и яркий макияж перечисленных женщин-блогеров, особенно цветные тени, длинные пушистые ресницы. Девушки поддерживают прекрасную физическую форму и демонстрируют свои занятия спортом. Их объединяет привлекательная внешность, яркий макияж, что притягивает внимание многочисленной аудитории. Стоит отметить «обычную», «домашнюю» внешность блогера Елены (SAMCHUK_STUDIO⁹), которая также занимает лидирующую позицию в рейтинге. Несмотря на это, девушка не менее харизматична и привлекательна. Елена радуется аудиторию своей жизнерадостностью и улыбчивостью. Она часто носит простую (не открытую, не сексуальную) одежду, делает пучок из волос, постоянно обращая внимание подписчиков на отсутствие прически. Девушка словно подчеркивает то, что принимает себя такой, какая она есть. Безусловно, именно она стоит особняком на фоне вышеперечисленных женщин-блогеров. Елена представляет образ женщины матери и жены и именно этим привлекает своих поклонников в социальной сети.

Внешность мужчин-блогеров конструируется теми же способами, что и внешность женщин: стильная брендовая одежда, модная прическа. Например, Вадим Спириденков¹⁰ ведет здоровый образ жизни, правильно питается. Он занимается различными видами спорта, поэтому у него красивое накаченное тело. Михаил Литвин¹¹ также гордится собственной физической формой. Молодой человек обладает привлекательной мускулатурой и следит за внешним видом. Блогер связал свою деятельность с шутками и развлечениями, о чем свидетельствуют его фото и видео. Пранкер часто посещает спортзал¹². Блогеры-мужчины стильно одеваются и следят за своей внешностью, тренируют тело и стараются вести здоровый образ жизни.

Таким образом, и женщины и мужчины топ-блогеры отличаются красотой тела, его физическим совершенством, чего невозможно достичь без качественного ухода за ним. За всеми этими факторами стоят активные занятия спортом и стремление к здоровому образу жизни. Демонстрация сексуальности присутствует в блогах как женщин, так и мужчин, поскольку связана с публичным показом в меру открытого тела.

Основное занятие. На страницах известных блогеров в сети «ВКонтакте» минимум текста. В основном мы видим ролики и фотографии. Можно посмотреть сторис — временные публикации с фотографиями или видео, которые доступны пользователям сети, данная информация не публикуется на странице. Перечислим основные занятия девушек-блогеров. Даша Дошик — блогер (создает юмористические зарисовки из собственной жизни); Аня Рокров — музыкальный исполнитель; KARA KROSS — певица; GAVRILINA — телеведущая, актриса, певица; Karna.val — певица, актриса; SAMCHUK_STUDIO — блогер; ВАША МАРУСЯ — блогер, певица; AGENT GIRL — телеведущая, блогер.

⁹ SAMCHUK_STUDIO. URL: https://vk.com/samchuk_studio (дата обращения: 02.06.2023).

¹⁰ Вадим Спириденков. URL: <https://vk.com/dikiy.vadik> (дата обращения: 20.06.23).

¹¹ Михаил Литвин. URL: https://vk.com/m.litvin_19 (дата обращения: 20.06.23).

¹² Михаил Литвин. URL: <https://24smi.org/celebrity/100883-mikhail-litvin.html> (дата обращения: 25.05.23).

Назовем основные занятия мужчин-блогеров. Вадим Спириденков — блогер, выкладывает в сеть юмористические ролики. Контент его блога — это в основном пародия на женщин. Женская одежда и фиолетовый парик позволяют изображать Марину. Кроме Марины, есть еще запоминающиеся героини — Юлька, теща, учительница и другие. В целом Вадим Спириденков снимает ролики на различные темы. Он изображает девушек, их взаимоотношения с молодыми людьми, преувеличивает недостатки, смеется над ними¹³. Влад Бумага (A4)¹⁴ — популярный видеоблогер. Влад делится фотографиями и видео из личной жизни, путешествий. Блогер, выступая в роли пранкера, создает забавные ролики с розыгрышами, провоцирующие реакцию окружающих. Арсений Попов¹⁵ продвигает свою творческую жизнь в Интернете, используя для этого свой аккаунт. Молодой человек — артист, участник шоу «Импровизация». Арсений делится с поклонниками кадрами профессиональных фотосессий и снимками, сделанными друзьями. Он работает над завоеванием поклонников, используя для этого современные технологии. У него сотни тысяч подписчиков, которые с удовольствием следят за его творчеством, узнают о подробностях его жизни¹⁶. Дима Масленников¹⁷ — популярный блогер, снимающий видео, а также создатель экстремальных роликов, раскрывающих его смелый характер и склонность к риску. В своих видео Дмитрий — основной участник, который остается в опасных для жизни условиях, исследуя заброшенные здания. Увлечение блогера, а по совместительству и работа, очень опасно для жизни. Особенность его видеороликов — реальные, не постановочные сценарии. Масленников старается делать контент качественным, поэтому бывает в длительных путешествиях¹⁸. Куплинов считается одним из самых популярных блогеров¹⁹. Геймер не только проходит компьютерную игру, но и комментирует сам процесс²⁰. Кукояки²¹ — музыкант, актер, сценарист. Денис работает в творческой сфере, если не в студии, то дома он снимает короткие видео, включая всю свою маленькую семью, что находит отклик у многочисленных подписчиков²². Данный факт позволяет ему отличаться от других мужчин топ-блогеров. Михаил Литвин — популярный блогер, пранкер. Группа Брайна²³ — сообщество блогера Максима Тарасенко. Максим

¹³ Вадим Спириденков. URL: <https://spasibovsem.ru/responses/v-seme-ne-bez-marinki.html> (дата обращения: 15.06.2023).

¹⁴ Влад Бумага. URL: https://vk.com/a4_omg (дата обращения: 15.06.2023).

¹⁵ Арсений Попов. URL: <https://vk.com/arseniyspopov> (дата обращения: 14.06.2023).

¹⁶ Арсений Попов. URL: <https://biographe.ru/znamenitosti/arseniy-popov> (дата обращения: 19.06.2023).

¹⁷ Дмитрий Масленников. URL: https://vk.com/dima_maslen (дата обращения: 19.06.2023).

¹⁸ Биография Димы Масленникова. URL: <https://stories-of-success.ru/iskusstvo/dimy-maslennikova> (дата обращения: 19.06.2023).

¹⁹ Kuplinov ► Play. URL: <https://vk.com/kuplinovplay> (дата обращения: 19.06.2023).

²⁰ Дмитрий Алексеевич Куплинов. URL: <https://biographe.ru/znamenitosti/dmitrij-kuplinov> (дата обращения: 19.06.2023).

²¹ Кукояки. URL: <https://vk.com/kukoayaka> (дата обращения: 19.06.2023).

²² Денис Кукояки: биография. URL: <https://muzhyazheny.ru/womans/zhenadenisa-kukoayaki> (дата обращения: 19.06.2023).

²³ Группа Брайна! URL: <https://vk.com/thebrianmapsgroup> (дата обращения: 19.06.2023).

также один из популярных блогеров. Как мы видим, занятия мужчин топ-блогеров весьма разнообразны, акцент сделан на визуальный контент, направленный на привлечение поклонников, получение новых эмоций и выработку адреналина.

Таким образом, общим занятием женщин и мужчин топ-блогеров выступает актерское и эстрадное искусство, работа на телевидении. Мужской портрет блогера отличает сочетание игры и необоснованного риска, что не прослеживается в портрете женщин-блогеров.

Досуг, интересы. Среди популярных женщин-блогеров выделяется Елена (SAMCHUK_STUDIO). Девушка с удовольствием делится рецептами вкусных блюд, занимается воспитанием маленького сына, рассказывает о личной жизни, зажигательно танцует и поет. Блогер снимает юмористические ролики о своей повседневной жизни. Аудиторию привлекает подход Елены к содержанию контента, на видео сама Елена — простая женщина. Оптимизм и жизнелюбие — основные отличительные черты, которые мы можем отметить, просматривая видео Елены. Даша Дошик слушает музыку, танцует, готовит. Аня Rokrov отдыхает в Майами, занимается серфингом, весело проводит время с друзьями. KARA KROSS, Karpa.val снимают клипы, много путешествуют.

Досуг мужчин-блогеров весьма разнообразен и полон активных занятий. Михаил Литвин занимается спортом. Дима Масленников много путешествует, снимая «мистические ролики» в различных экспедициях. Молодой человек любит танцы, хорошее и качественное кино, спорт, музыку, вкусную кухню. У блогера Арсения Попова богатая творческая жизнь, тем не менее иногда можно увидеть видео с отдыха. В частности, при просмотре страницы Влада Бумаги складывается впечатление, что его досуг в виде создания примитивных шуток и есть его заработок. Большую часть свободного времени Денис Кукояки посвящает своей семье. Он много времени проводит со своей маленькой дочкой.

Таким образом, досуг и основное занятие как мужчин, так и женщин топ-блогеров тесно переплетаются. Это путешествия, юмор, танцы, компьютерные игры. На основе визуальной самопрезентации блогеров можно сделать вывод о их позитивном и веселом досуге, не исключая времяпрепровождение с семьей.

Девиантное поведение. Естественно, многие виды поведения, в силу трансформации социальных норм и массовизации явления, уже сложно называть негативной девиацией. Однако вряд ли можно оспорить тот факт, что публичное обнажение тела не является нормой. Именно такое поведение часто демонстрируют женщины топ-блогеры. Например, ВАША МАРУСЯ и Аня Rokrov часто показывают свое полуобнаженное тело, вызывая тем самым многочисленные комментарии и обсуждение подписчиков. Складывается ощущение вседозволенности ради хайпа и лайков. Блогеры любят выкладывать фотографии с бокалом вина, подчеркивая, что это идеальный вечер.

Для получения популярности и заработка мужчины-блогеры под видом розыгрыша совершают неуважительные, аморальные, нередко общественно опасные и противоправные действия. Например, розыгрыши блогера Литвина не являются безобидными. Пранкер устраивает провокации, создает скандальные ситуации. Данный контент в Интернете называется пранком и относится к отрицательной девиации, так как причиняет вред, а потому негативно воспринимается и оценивается другими людьми и обществом в целом [Поливанов, 2021].

Девиация присутствует в портретах женщин и мужчин блогеров. Демонстрация нарушающего нормы негативного поведения будто придает мужчине силу, престиж, статус, в целом мужественность, что несвойственно портрету женщин. Провокационный пранк, аморальное и противоправное поведение — занятие исключительно мужчин топ-блогеров. Черта женского портрета блогеров — сексуальность, обнаженность, подчеркивание достоинств своего тела.

Выводы

Исследование показало, что социальный портрет женщин и мужчин топовых блогеров отвечает запросам подписчиков, большинство из которых не ищут в сети информации для развития интеллектуальных способностей либо профессиональных навыков. Следует учитывать, что блогеры формируют установки, определяющие нормы социального поведения молодых людей.

В этой связи полагаем, что трансляция усредненных образов современной молодежи без намека на образованность, интеллигентность, активную жизненную позицию должна стать объектом внимания не только ученых, но и органов государственного управления. Было бы целесообразно на законодательном уровне определить юридическую ответственность блогера за содержание своего контента, оказывать поддержку блогерам, ориентированным на ведение блогов с просветительским содержанием, формирующих у молодежи интерес к творчеству. Можно предложить подключить к этой работе образовательные учреждения, молодежные организации.

Список источников

- Бурдюгова У. В., Козаченко А. И., Писарюк С. Н.* Молодежное предпринимательство: блогинг в современном мире // *Материалы Всероссийской студенческой научно-практической конференции: (сборник научных статей)*. Севастополь: Инновац. технологии, 2019. С. 138—141.
- Гоголева Е. Н.* Гендерные стереотипы в телевизионной рекламе как отражение гендерного неравенства // *Женщина в российском обществе*. 2019. № 1. С. 77—86.
- Зорина Н. С.* Профессиональное самоопределение молодежи: причины и факторы рисков // *Современный ученый*. 2022. № 5. С. 219—221.
- Корягина Н. А.* Проблемы исследования социально-психологических факторов самопрезентации // *Модернизация российского образования: тренды и перспективы*. Краснодар: Центр соц.-полит. исслед. «Премьер», 2012. С. 24—44.
- Медведева Е. И.* Гендерные стереотипы и неомифологизмы в рекламе автомобилей // *Женщина в российском обществе*. 2019. № 1. С. 87—96.
- Общероссийский классификатор профессий рабочих, должностей служащих и тарифных разрядов. 2023. URL: <http://okpdtr.ru/> (дата обращения: 03.04.2023).
- Остроух И. Г.* Метросексуал — стиль жизни, форма самореализации и самосознание мужчины в постиндустриальном обществе // *Этнографическое обозрение*. 2006. № 4. С. 14—22.
- Пашина И. А.* Контент-анализ как метод исследования: достоинства и недостатки // *Научная периодика: проблемы и решения*. 2012. № 3. С. 13—18.
- Поливанов А. В.* Пранк как новая форма девиантного поведения // *Алтайский юридический вестник*. 2021. № 3. С. 98—103.

- Рябова Т. Б. Пол власти: гендерные стереотипы в современной российской политике. Иваново: Иван. гос. ун-т, 2008. 246 с.
- Саралиева З. Х., Щекотуров А. В. «Я не хочу быть такой девочкой, чтобы посуду всегда мыть»: институциональный анализ гендерной чувствительности подростков поколения «Z» // *Женщина в российском обществе*. 2015. № 3—4. С. 45—58.
- Султанова Ж. О. Проблемы влияния медиаконтента в интернете на подростковую аудиторию: (на примере современного блогерства) // *Вестник Кыргызско-Российского Славянского университета*. 2022. № 10. С. 173—179.
- Федотовская У. Р. Трэвел-блог как одна из разновидностей блогов // *Вестник современных исследований*. 2020. № 8-1. С. 60—63.
- Хасбулатова О. А., Смирнова И. Н. Гендерные стереотипы в цифровом обществе: современные тенденции // *Народонаселение*. 2020. № 2. С. 161—171.
- Хороших В. В., Чарыкова Е. Б. Факторы вариативности виртуальной самопрезентации подростков // *Известия Иркутского государственного университета*. 2017. Т. 19. Сер.: Психология. С. 103—112.
- Чилипенко Ю. Ю., Данилова Л. С. Женский блогинг как предпринимательская деятельность // *Женщина в российском обществе*. 2018. № 3. С. 74—84.

References

- Burdiugova, U. V., Kozachenko, A. I., Pisariuk, S. N. (2019) Molodëzhnoe predprinimatel'stvo: blogging v sovremennom mire [Youth entrepreneurship: blogging in the modern world], *Materialy Vserossiiskoi i studencheskoï nauchno-prakticheskoi konferentsii: (Sbornik nauchnykh statei)*, Sevastopol: Innovatsionnye tekhnologii, pp. 138—141.
- Chilipenok, Iu. Iu., Danilova, L. S. (2018) Zhenskii blogging kak predprinimatel'skaia deiatel'nost' [Women's blogging as a form of entrepreneurial activity], *Zhenshchina v rossiiskom obshchestve*, no. 3, pp. 74—84.
- Fedotovskaia, U. R. (2020) Trével-blog kak odna iz raznovidnostei blogov [Travel-blog as one of the varieties of blogs], *Vestnik sovremennykh issledovaniï*, no. 8-1, pp. 60—63.
- Gogoleva, E. N. (2019) Gendernye stereotipy v televizionnoi reklame kak otrazhenie gendernogo neravenstva [Gender stereotypes in television commercials as a gender inequality reflection], *Zhenshchina v rossiiskom obshchestve*, no. 1, pp. 77—86.
- Khasbulatova, O. A., Smirnova, I. N. (2020) Gendernye stereotipy v tsifrovom obshchestve: sovremennye tendentsii [Gender stereotypes in digital society: modern tendencies], *Narodonaselenie*, no. 2, pp. 163—171.
- Khoroshikh, V. V., Charykova, E. B. (2017) Faktory variativnosti virtual'noi samoprezentatsii podrostkov [Aspects of variation of adolescents' virtual self-presentation], *Izvestiia Irkutskogo gosudarstvennogo universiteta*, vol. 19, seriia Psikhologiya, pp. 103—112.
- Koriagina, N. A. (2012) Problemy issledovaniia sotsial'no-politicheskikh faktorov samoprezentatsii [Problems of research of socio-psychological factors of self-presentation], *Modernizatsiia rossiiskogo obrazovaniia: trendy i perspektivy*, Krasnodar: Tsentr sotsial'no-politicheskikh issledovaniï "Prem'er", pp. 24—44.
- Medvedeva, E. I. (2019) Gendernye stereotipy i neomifologizmy v reklame avtomobileï [A woman's image in the car advertisements: stereotypes and sexism], *Zhenshchina v rossiiskom obshchestve*, no. 1, pp. 87—96.
- Ostroukh, I. G. (2006) Metroseksual — stil' zhizni, forma samorealizatsii i samosoznanie muzhchiny v postindustrial'nom obshchestve [Metrosexual is a lifestyle, a form of a person's self-realization and self-awareness in the post-industrial society], *Étnograficheskoe obozrenie*, no. 4, pp. 14—22.

- Pashinian, I. A. (2012) Kontent-analiz kak metod issledovaniia: dostoinstva i nedostatki [Content analysis as a research method: advantages and disadvantages], *Nauchnaia periodika: problemy i resheniia*, no. 3, pp. 13—18.
- Polivanov, A. V. (2021) Prank kak novaia forma deviantnogo povedeniia [Prank as a new form of deviant behavior], *Altaiskii iuridicheskii vestnik*, no. 3, pp. 98—103.
- Riabova, T. B. (2008) *Pol vlasti: gendernye stereotipy v sovremennoi rossiiskoi politike* [Gendering power: gender stereotypes of contemporary Russian politics], Ivanovo: Ivanovskii gosudarstvennyi universitet.
- Saraliev, Z. Kh., Shchekoturov, A. V. (2015) “Ja ne khochu byt’ takoi devojkoj, chtoby posudu vseгда myt’”: institutsional’nyi analiz gendernoj chuvstvitel’nosti podrostkov pokoleniia “Z” [“I don’t want to be a girl who always washes dishes”: the institutional analysis of “Z” generation adolescents’ gender sensitivity], *Zhenshchina v rossiiskom obshchestve*, no. 3—4, pp. 45—58.
- Sultanova, Zh. O. (2022) Problemy vliianiia mediakontenta v internete na podrostkovuiu auditoriiu: (Na primere sovremenno go blogerstva) [Problems of the influence of media content on the Internet on the teenage audience: (On the example of modern blogging)], *Vestnik Kyrgyzsko-Rossiiskogo Slavianskogo universiteta*, no. 10, pp. 13—179.
- Zorina, N. S. (2022) Professional’noe samoopredelenie molodězhi: prichiny i faktory riska [Professional self-determination of youth: causes and risk factors], *Sovremennyi uchënyi*, no. 5, pp. 219—221.

Статья поступила в редакцию 15.06.2023; одобрена после рецензирования 20.07.2023; принята к публикации 21.08.2023.

The article was submitted 15.06.2023; approved after reviewing 20.07.2023; accepted for publication 21.08.2023.

Информация об авторах / Information about the authors

Панкратова Екатерина Владимировна — кандидат социологических наук, доцент кафедры социологии, социальной работы и управления персоналом, Ивановский государственный университет, г. Иваново, Россия, e_v_pankratova@mail.ru (Cand. Sc. (Sociology), Associate Professor, Department of Sociology, Social Work and Human Resource Management, Ivanovo State University, Ivanovo, Russian Federation).

Тенчова Екатерина Викторовна — аспирантка, преподаватель кафедры социологии, социальной работы и управления персоналом, Ивановский государственный университет, г. Иваново, Россия, tenchova@mail.ru (Post-graduate student, Lecturer at the Department of Sociology, Social Work and Human Resource Management, Ivanovo State University, Ivanovo, Russian Federation).