



ГЕНДЕРНЫЕ РАЗЛИЧИЯ В ЯЗЫКЕ СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЕЙ

Адолат Хайдаровна Эшонкулова

Наталья Базаровна Раджапова

Кафедра русского языкознания

Термезский государственный университет

Tel: 998 (91) 575-89-75

E-mail: tersu_russ_linguistics@tersu.uz

Аннотация. В данной статье исследуются гендерные различия в языке социальных сетей и их взаимосвязь с гендерными стереотипами, транслируемыми через средства массовой информации. Авторы анализируют, как цифровая среда влияет на формирование гендерной идентичности и какими специфическими речевыми характеристиками обладают мужчины и женщины в онлайн-коммуникации.

В работе подробно рассматриваются лексические предпочтения, стили общения, использование визуальных средств (эмодзи) и структурные особенности сообщений. Установлено, что женская речь в соцсетях чаще отличается эмоциональной окрашенностью и стремлением к установлению поддержки, в то время как мужская – прямолинейностью, лаконичностью и акцентом на статусе. Особое внимание уделяется роли СМИ в закреплении традиционных ролей и потенциалу социальных сетей как платформы для трансформации и критики существующих стереотипов.

Ключевые слова: гендерные различия, социальные сети, гендерные стереотипы, СМИ, коммуникация, интернет-лингвистика, речевое поведение, эмоциональность, идентичность, цифровая среда.

Abstract. This article explores gender differences in the language of social networks and their connection with gender stereotypes transmitted through mass



media. The authors analyze how the digital environment influences the formation of gender identity and identify specific linguistic characteristics of men and women in online communication.

The study provides a detailed examination of lexical preferences, communication styles, the use of visual aids (emojis), and the structural features of messages. It is established that female speech in social networks is often characterized by emotional coloring and a desire to establish support, whereas male speech is marked by directness, conciseness, and an emphasis on status. Special attention is paid to the role of the media in reinforcing traditional roles and the potential of social networks as a platform for transforming and critiquing existing stereotypes.

Keywords: gender differences, social networks, gender stereotypes, mass media, communication, internet linguistics, speech behavior, emotionality, identity, digital environment.

Современное общество переживает значительные изменения, связанные с развитием технологий и изменением социальных норм. Одним из наиболее заметных явлений этого времени стали социальные сети, которые не только изменили способы общения, но и оказали глубокое влияние на формирование идентичности, в том числе гендерной. Гендерные различия в языке социальных сетей становятся объектом пристального внимания исследователей, поскольку они отражают не только индивидуальные предпочтения пользователей, но и более широкие культурные и социологические контексты. В то же время, средства массовой информации (СМИ) продолжают играть ключевую роль в формировании и поддержании гендерных стереотипов, которые могут как усиливать, так и ослаблять существующие представления о ролях мужчин и женщин в обществе.



Анализ гендерных различий в языке социальных сетей позволяет выявить, как различные группы пользователей выражают свои мысли, эмоции и идентичности, а также как эти выражения могут быть связаны с более широкими социальными конструкциями. Например, некоторые исследования показывают, что мужчины и женщины могут использовать разные стили общения в онлайн-пространстве, что может быть связано с традиционными гендерными ролями и ожиданиями. Женщины, как правило, чаще используют эмоционально окрашенные слова и выражения, в то время как мужчины могут предпочитать более сдержанный и прямолинейный стиль. Эти различия не только подчеркивают индивидуальные особенности, но и служат отражением социальных норм, которые формируются в обществе.

С другой стороны, гендерные стереотипы, представленные в СМИ, могут оказывать значительное влияние на восприятие гендерных ролей. СМИ формируют общественное мнение, создавая образы, которые могут как способствовать равенству, так и закреплять устаревшие представления о мужчинах и женщинах. Например, реклама, телевидение и кино часто изображают женщин в традиционных ролях, связанных с домом и семьей, в то время как мужчины чаще представлены как успешные карьеристы. Эти образы могут влиять на восприятие самих мужчин и женщин, а также на их поведение и ожидания в реальной жизни.

Взаимосвязь между языком социальных сетей и гендерными стереотипами в СМИ представляет собой сложный и многогранный процесс. Язык, используемый в социальных сетях, может как отражать, так и формировать гендерные стереотипы, создавая замкнутый круг, в котором традиционные представления о гендере укрепляются через повседневное общение. Например, если в социальных сетях активно обсуждаются темы, связанные с определенными гендерными ролями, это может способствовать



их дальнейшему распространению в СМИ, тем самым усиливая их влияние на общественное сознание.

Однако, несмотря на существующие стереотипы, социальные сети также предоставляют уникальную платформу для борьбы с ними. Пользователи могут создавать контент, который бросает вызов традиционным представлениям о гендере, делясь своими историями и опытом. Это может привести к изменению общественного восприятия и созданию более инклюзивного пространства, в котором разнообразие идентичностей и выражений приветствуется и поддерживается.

Гендерные различия в языке социальных сетей представляют собой интересное и многогранное явление, которое отражает не только индивидуальные особенности пользователей, но и более широкие культурные и социальные контексты. В последние годы социальные сети стали неотъемлемой частью повседневной жизни, и их влияние на коммуникацию невозможно переоценить. В этом контексте язык, используемый мужчинами и женщинами в онлайн-общении, становится предметом активного изучения. Исследования показывают, что гендерные различия в языке социальных сетей могут проявляться в различных аспектах, включая выбор слов, стиль общения, использование эмодзи и даже структуру сообщений.

Одной из ключевых характеристик, отличающих женский и мужской язык в социальных сетях, является выбор лексики. Женщины, как правило, склонны использовать более эмоционально окрашенные слова, что отражает их стремление к установлению эмоциональной связи с собеседником. Например, они могут чаще использовать слова, связанные с чувствами и эмоциями, такие как "любовь", "друзья", "счастье". Это стремление к эмоциональному выражению может быть связано с традиционными гендерными ролями, которые предполагают, что женщины более чувствительны и заботливы. В отличие от этого, мужчины чаще используют



более нейтральные или даже агрессивные термины, что может быть связано с социальными ожиданиями, которые ставят мужчин в позицию, где они должны демонстрировать силу и уверенность.

Стиль общения также значительно различается между полами. Женщины в социальных сетях часто используют более сложные и многослойные конструкции предложений, что может свидетельствовать о желании создать более глубокий контекст для общения. Они могут задавать больше вопросов, проявляя интерес к мнению собеседника, что способствует созданию более интерактивного общения. Мужчины, как правило, предпочитают более прямолинейный стиль, который фокусируется на передаче информации без излишнего эмоционального окрашивания. Это может создавать впечатление, что мужчины менее заинтересованы в эмоциональной стороне общения, хотя на самом деле это может быть просто отражением их стиля общения.

Использование эмодзи и других визуальных средств также демонстрирует гендерные различия в языке социальных сетей. Исследования показывают, что женщины чаще используют эмодзи для передачи эмоций и настроений, что позволяет им более эффективно выражать свои чувства в текстовом формате. Эмодзи становятся своего рода «языком» в социальных сетях, и их использование может значительно изменить восприятие сообщения. Например, использование смайлов может смягчить тон сообщения или добавить элемент игривости, что особенно важно в контексте онлайн-коммуникации, где невербальные сигналы отсутствуют. Мужчины, в свою очередь, могут использовать эмодзи реже и чаще ограничиваться более простыми символами, что может отражать их предпочтение к более прямому и лаконичному общению.

Еще одним важным аспектом является структура сообщений. Женщины, как правило, склонны к более длинным и подробным сообщениям, в которых



они стремятся учесть мнения и чувства других участников обсуждения. Это может быть связано с их желанием создать атмосферу поддержки и взаимопонимания. Мужчины, напротив, могут предпочитать более короткие и лаконичные сообщения, которые фокусируются на передаче фактов и информации. Это различие в структуре сообщений может влиять на то, как воспринимается общение в социальных сетях, и формировать определенные стереотипы о мужчине как о более «практичном» и «рациональном» участнике общения, в то время как женщина воспринимается как более «чувствительный» и «эмоциональный».

Гендерные различия в языке социальных сетей также могут быть связаны с тем, как пользователи представляют себя в онлайн-пространстве. Женщины, как правило, более склонны к самовыражению и созданию образа, который отражает их личные чувства и эмоции. Это может проявляться в выборе фотографий, текстов постов и даже в стиле оформления профиля. Мужчины, в свою очередь, могут больше акцентировать внимание на своих достижениях и статусе, что также отражает традиционные гендерные роли, связанные с успехом и властью. Таким образом, социальные сети становятся платформой, где гендерные стереотипы могут как проявляться, так и подвергаться критике, создавая пространство для обсуждения и переосмысления.

Важно отметить, что гендерные различия в языке социальных сетей не являются абсолютными и могут варьироваться в зависимости от контекста, аудитории и культурных особенностей. Например, в некоторых сообществах или группах, где женщины и мужчины общаются на равных, различия могут быть менее заметными, и пользователи могут адаптировать свой стиль общения в зависимости от ситуации. Это подчеркивает динамичность и изменчивость гендерных ролей в современном обществе, где традиционные представления о мужском и женском языке постепенно размываются.



В заключение, гендерные различия в языке социальных сетей представляют собой сложное и многогранное явление, которое отражает не только индивидуальные особенности пользователей, но и более широкие культурные и социальные контексты. Женский и мужской язык в онлайн-общении проявляется в различных аспектах, включая выбор слов, стиль общения, использование эмодзи и структуру сообщений. Эти различия могут создавать определенные стереотипы о мужчинах и женщинах, но также открывают возможности для переосмысления и критики традиционных гендерных ролей. Исследование языка социальных сетей в контексте гендерных различий позволяет глубже понять, как коммуникация формирует наши представления о себе и окружающем мире, а также как социальные сети влияют на наше восприятие гендера и идентичности.

Использованная литература

1. Гриценко Е. С. Язык как средство конструирования гендера. Автореф. на соис докт фил наук, Тамбов.-2005
2. Кирилина А.В., Гендер и язык. – М.: Языки славянской культуры, 2005. –625 с.
3. Кирилина А. В. Гендер и гендерная лингвистика на рубеже третьего тысячелетия // Вопросы психолингвистики. – 2021. – №. 3 (49). – С. 109-147.
4. S. Makhmaraimova, H. N. S, N. Radjapova, A. Nayak and N. A. Khamitdkhanovich, "Voice Command Accuracy Improvement Using Connectionist Temporal Classification in Speech-to-Text Interfaces," 2025 International Conference on AI-Driven STEM Education and Learning Technologies (AISTEMEDU), Al Khobar, Saudi Arabia, 2025, pp. 1-7, doi: 10.1109/AISTEMEDU67077.2025.11403879.



5. Раджапова Н. Б., Зиедова С. Б. Реальность: равенство между мужчинами и женщинами //Yangi O‘zbekiston, yangi tadqiqotlar jurnali. – 2025. – Т. 2. – №. 9. – С. 917-921.
6. Худайкулова Ф. М., Раджапова Н. Б. Проблемы перевода гендерных терминов с родного языка на иностранный язык //Лучшие интеллектуальные исследования. – 2026. – Т. 63. – №. 1. – С. 375-384.
7. Худойбердиева Ш. Ш., Раджапова Н. Б. Воплощение женского образа в русских пословицах и поговорках //Ta’lim, tarbiya va innovatsiyalar jurnali. – 2025. – Т. 1. – №. 7. – С. 196-199.
8. Худойбердиева Ш. Ш., Раджапова Н. Б. Выражение женской мудрости и хитрости в русском языке //Ta’lim, tarbiya va innovatsiyalar jurnali. – 2025. – Т. 1. – №. 7. – С. 200-203.
9. Худойбердиева Ш. Ш., Раджапова Н. Б. Влияние речевого поведения на восприятие женского образа //Ta’lim, tarbiya va innovatsiyalar jurnali. – 2025. – Т. 1. – №. 7. – С. 204-207.