



ГЕНДЕРНЫЕ РАЗЛИЧИЯ В ЯЗЫКЕ СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЕЙ

Наталья Базаровна Раджапова

Кафедра русского языкознания

Термезский государственный университет

Аннотация. Данная работа посвящена анализу влияния гендерных различий на язык и коммуникативные стратегии в пространстве современных социальных сетей. В статье рассматривается, как исторически сложившиеся в обществе гендерные стереотипы отражаются в выборе лексики, структуре предложений и использовании визуальных средств на таких платформах, как Facebook, Instagram, Twitter и TikTok. Автор подробно описывает специфику речевого поведения: склонность мужчин к прямолинейному стилю, юмору, сарказму и акценту на фактах, а также стремление женщин к эмоциональной поддержке, взаимопониманию и использованию «мягких» формулировок. Особое внимание уделяется процессам конструирования идентичности, феномену «токсичной маскулинности» и проявлениям дискриминации в цифровой среде. В исследовании анализируется, как языковые особенности влияют на формирование социальных связей, восприятие авторитета и даже карьерные возможности пользователей. Работа обосновывает важность изучения цифрового дискурса для формирования более инклюзивной и свободной от стереотипов среды общения.

Ключевые слова: гендерные различия, социальные сети, гендерные стереотипы, цифровая коммуникация, речевое поведение, гендерная идентичность, токсичная маскулинность, социальные отношения, лингвистика, самовыражение.

Современное общество переживает значительные изменения, которые затрагивают все сферы жизни, включая язык и коммуникацию. Социальные



сети стали неотъемлемой частью повседневной жизни, предоставляя платформу для общения, обмена информацией и формирования общественного мнения. В этом контексте язык социальных сетей представляет собой уникальный объект исследования, который позволяет анализировать не только лексические и грамматические особенности, но и более глубокие социальные и культурные аспекты, такие как гендерные различия. Гендерные стереотипы, которые исторически сложились в обществе, находят свое отражение в языке, используемом в социальных сетях, и влияют на то, как мужчины и женщины общаются друг с другом.

Гендерные стереотипы в языке социальных сетей формируют определенные ожидания и нормы поведения, которые могут варьироваться в зависимости от контекста. Например, традиционно считается, что мужчины более склонны к агрессивному и прямолинейному стилю общения, тогда как женщины чаще используют более эмоциональный и заботливый язык. Эти стереотипы могут проявляться в выборе слов, структуре предложений и даже в использовании эмодзи и других визуальных средств. Важно отметить, что такие различия не являются абсолютными, и с течением времени они могут изменяться под влиянием социальных изменений и культурных трансформаций [1].

Языковые особенности общения между мужчинами и женщинами в социальных сетях также представляют собой интересный аспект для исследования. Исследования показывают, что мужчины и женщины могут использовать различные стратегии общения, что отражает не только их личные предпочтения, но и более широкие культурные нормы. Например, мужчины могут чаще использовать юмор и сарказм, в то время как женщины могут акцентировать внимание на эмоциональной поддержке и взаимопонимании. Эти различия могут влиять на то, как воспринимаются сообщения, и на то, как люди реагируют на них. Важно учитывать, что в социальных сетях, где общение происходит в основном в текстовом формате, нюансы языка могут



быть особенно значительными, поскольку они могут влиять на интерпретацию и восприятие сообщений.

Представление гендера в языке социальных сетей также заслуживает особого внимания. Социальные сети предоставляют пользователям возможность конструировать свои идентичности и представлять себя в соответствии с определенными гендерными ролями. Это может проявляться как в выборе языка, так и в использовании визуальных средств, таких как фотографии и видео [2]. Пользователи могут адаптировать свой контент в зависимости от того, какую аудиторию они хотят привлечь, и какие сообщения они хотят донести. В этом контексте язык социальных сетей становится инструментом не только для общения, но и для самовыражения и формирования общественного имиджа.

Наконец, влияние гендерных различий в языке на социальные отношения в сети является важным аспектом, который требует глубокого анализа. Гендерные стереотипы и языковые особенности общения могут влиять на то, как люди воспринимают друг друга, как формируются социальные связи и как возникают конфликты. Например, мужчины и женщины могут по-разному реагировать на одни и те же сообщения, что может привести к недопониманию и конфликтам. Кроме того, гендерные различия могут влиять на то, как пользователи воспринимают авторитет и компетентность друг друга, что также имеет значение для формирования социальных отношений в сети [3].

Таким образом, тема гендерных различий в языке социальных сетей является многогранной и актуальной для исследования. Она затрагивает вопросы, связанные с социальной идентичностью, коммуникацией и культурными нормами, и открывает новые горизонты для понимания того, как язык отражает и формирует гендерные отношения в современном обществе. В рамках данной работы будет проведен анализ гендерных стереотипов в языке социальных сетей, языковых особенностей общения между мужчинами и женщинами, представления гендера в языке социальных сетей, а также



влияния гендерных различий на социальные отношения в сети. Это исследование позволит глубже понять, как язык и гендер взаимосвязаны в контексте цифровой коммуникации и как они влияют на наше восприятие друг друга в современном мире.

Гендерные стереотипы в языке социальных сетей представляют собой важный аспект современного общения, который активно формирует восприятие и поведение пользователей. Социальные сети, такие как Facebook, Instagram, Twitter и TikTok, стали не только платформами для обмена информацией, но и аренами, на которых разворачиваются дискуссии о гендерных ролях, идентичности и стереотипах. В этом контексте гендерные стереотипы проявляются в разнообразных формах – от языка и стиля общения до визуального контента и символики. Они влияют на то, как пользователи воспринимают друг друга, как формируются общественные нормы и как осуществляется взаимодействие между разными гендерами [4].

Одним из наиболее распространенных гендерных стереотипов в языке социальных сетей является представление о том, что мужчины должны быть сильными, агрессивными и уверенными, в то время как женщины должны быть мягкими, заботливыми и эмоциональными. Эти стереотипы находят отражение в языке, который используют пользователи. Например, мужчины чаще используют агрессивные и доминирующие формы общения, такие как команды и требования, в то время как женщины могут прибегать к более мягким и дипломатичным формулировкам. Это приводит к тому, что даже в текстовом общении можно заметить различия в стиле, что подтверждает существующие представления о гендерных ролях. Женщины, как правило, используют больше слов, связанных с эмоциями, и чаще выражают поддержку и понимание, тогда как мужчины могут акцентировать внимание на достижениях и фактах [5].

Социальные сети также способствуют распространению стереотипов через визуальный контент. Например, изображения, которые ассоциируются с определенными гендерами, могут усиливать стереотипные представления о



том, как должны выглядеть и вести себя мужчины и женщины. Женщины часто представлены в контексте красоты, моды и заботы о семье, тогда как мужчины – в контексте силы, успеха и профессиональной деятельности. Эти визуальные стереотипы формируют ожидания и нормы, которые влияют на восприятие пользователей и их поведение в социальной среде. Когда женщины публикуют фотографии, на которых они выглядят привлекательно или занимаются традиционно «женскими» делами, это может восприниматься как соответствие общественным ожиданиям. В то же время, мужчины, которые выбирают более «мягкие» или «женственные» темы, могут сталкиваться с осуждением и критикой, что подтверждает существующие гендерные нормы [6].

Важным аспектом является также то, как гендерные стереотипы влияют на взаимодействие пользователей. Например, женщины, которые активно участвуют в обсуждениях на «мужские» темы, такие как технологии или спорт, могут сталкиваться с недоверием или даже агрессией со стороны мужчин. Это может проявляться в форме пренебрежительных комментариев или попыток дискредитировать мнение женщины, что создает неблагоприятную атмосферу для общения. С другой стороны, мужчины, которые выражают свои эмоции или интересуются «женскими» темами, могут подвергаться насмешкам или обвинениям в слабости. Таким образом, гендерные стереотипы не только влияют на то, как пользователи общаются друг с другом, но и на то, как они воспринимают себя в контексте социальных сетей [7].

Существует также феномен «токсичной маскулинности», который активно обсуждается в контексте социальных сетей. Это понятие охватывает идею о том, что мужчины должны соответствовать определенным стандартам поведения, которые включают агрессию, эмоциональную сдержанность и доминирование. В социальных сетях это может проявляться в виде насмешек над мужчинами, которые проявляют эмоции или ведут себя «не по-мужски». Такие сообщения могут получать широкое распространение, что усиливает негативное восприятие мужчин, которые не соответствуют этим стандартам. В результате, многие мужчины могут чувствовать давление соответствовать



этим ожиданиям, что приводит к подавлению эмоций и повышенному уровню стресса.

Женщины, в свою очередь, сталкиваются с другими формами дискриминации в социальных сетях. Например, они могут подвергаться критике за свою внешность или выбор одежды, что также является проявлением гендерных стереотипов. Социальные сети создают пространство, где пользователи могут свободно выражать свои мнения, но это также приводит к тому, что женщины становятся объектами насмешек и унижений. Это может негативно сказаться на их самооценке и уверенности в себе, что в свою очередь влияет на их активность в социальных сетях. Женщины могут избегать публикации контента, который может вызвать негативную реакцию, что ограничивает их возможность выразить себя и делиться своими мыслями и идеями [8].

Кроме того, гендерные стереотипы в языке социальных сетей могут проявляться в использовании определенных слов и выражений. Например, женщины могут сталкиваться с необходимостью использовать более «нежные» формулировки, чтобы их мнения были восприняты серьезно. Это может создавать дополнительное давление на женщин, заставляя их адаптировать свой стиль общения в зависимости от ожиданий аудитории. Мужчины, напротив, могут чувствовать себя свободнее в использовании более агрессивного языка, что также может привести к негативным последствиям, таким как конфликты и недопонимания.

В последние годы наблюдается рост осознания проблемы гендерных стереотипов в социальных сетях, что приводит к появлению различных инициатив и движений, направленных на их преодоление. Например, многие пользователи начинают активно обсуждать проблемы гендерного неравенства и стереотипов, используя платформы для распространения информации и формирования общественного мнения [9].

Однако, несмотря на эти позитивные изменения, гендерные стереотипы продолжают оставаться значительной проблемой. Они влияют не только на



личные взаимодействия пользователей, но и на более широкие социальные и культурные процессы. Например, исследования показывают, что гендерные стереотипы могут влиять на карьерные возможности и профессиональное развитие женщин и мужчин. Женщины, которые стремятся занять руководящие позиции, могут сталкиваться с предвзятостью и недоверием, что ограничивает их возможности и карьерный рост. Мужчины, которые выбирают «женские» профессии, могут сталкиваться с осуждением и стереотипами, что также негативно сказывается на их профессиональной жизни [10].

В заключение, гендерные стереотипы в языке социальных сетей представляют собой сложный и многогранный феномен, который оказывает значительное влияние на взаимодействие пользователей и формирование общественных норм. Они проявляются в языке, визуальном контенте и стилях общения, создавая ожидания и ограничения для мужчин и женщин [11, 12]. Несмотря на растущее осознание проблемы и усилия по ее преодолению, гендерные стереотипы продолжают оставаться актуальными и требуют дальнейшего анализа и обсуждения.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ

1. Баранов А. Р. Гендерные аспекты коммуникации во франкоязычных игровых трансляциях // Международный журнал гуманитарных и естественных наук. 2025. №7-1 (106).
2. Алексеенко А. С. и др. Гендерные аспекты использования эмодзи в компьютерно-опосредованной коммуникации: магистерская диссертация по направлению подготовки: 47.04. 01-Философия. – 2018.
3. Зиёдова С. Б., Раджапова Н. Б. Гендерная проблематика в языкознании //Tanqidiy nazar, tahliliy tafakkur va innovatsion g‘oyalar. – 2025. – Т. 1. – №. 1. – С. 419-423.
4. Панжиев Н. П., Раджапова Н. Б. Влияние стереотипов на языковое поведение в интернете //Лучшие интеллектуальные исследования. – 2026. – Т. 65. – №. 1. – С. 37-47.



5. Раджапова, Н. Б. (2024). Синтаксис родовой лексики в русском языке. *Филологические исследования: Язык, литература, образование*, 5 (5), 58–60.
6. Раджапова Н. Б. Теоретические основы гендерной лингвистики // *Oriental renaissance: Innovative, educational, natural and social sciences*. – 2024. – Т. 4. – №. 7. – С. 37-42.
7. Раджапова Н. Б., Очилова А. Б. Семантика стереотипных выражений // *Лучшие интеллектуальные исследования*. – 2026. – Т. 65. – №. 1. – С. 69-78.
8. Раджапова Н. Б., Юсупова М. У. Гендерные аспекты языка // *Pedagog*. – 2025. – Т. 8. – №. 4. – С. 63-67.
9. Саидов Б. М., Раджапова Н. Б. Женский и мужской язык в онлайн общении // *Лучшие интеллектуальные исследования*. – 2026. – Т. 65. – №. 1. – С. 29-36.
10. Хайдарова М. Ю., Раджапова Н. Б. Омонимия в цифровом дискурсе // *Лучшие интеллектуальные исследования*. – 2026. – Т. 63. – №. 1. – С. 353-362.
11. 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.
12. Худойбердиева Ш. Ш., Раджапова Н. Б. Возрастные обозначения как фактор восприятия образа женщины в народной культуре // *Masters*. – 2026. – Т. 3. – №. 33. – С. 9-12.