

## РАЗДЕЛ 3. КАДРЫ, ОБРАЗОВАНИЕ И СОЦИАЛЬНЫЕ КОММУНИКАЦИИ

УДК 159.9.072.432/329.78/396.11

**Батуева Мария Петровна**

*магистрант,  
кафедра социологии и психологии,  
Байкальский государственный университет,  
г. Иркутск, Российская Федерация,  
e-mail: mari.batueva@inbox.ru*

**Малахаева Светлана Карловна**

*кандидат философских наук, доцент,  
кафедра социологии и психологии,  
Байкальский государственный университет,  
г. Иркутск, Российская Федерация,  
e-mail: smalahaeva@yandex.ru*

### ПСИХОСЕМАНТИКА ОТНОШЕНИЯ МОЛОДЕЖИ К ФЕМИНИЗМУ

**Аннотация.** В статье представлены результаты исследования отношения молодежи к феминизму. В нем приняли участие 85 респондентов: 50 девушек и 35 юношей общеобразовательной средней школы. В ходе исследования использовалась методика «Семантический дифференциал» (А. А. Нистратов, В. Ф. Петренко). В методике использовались 18 шкал и 23 стимула. Выявлено, что стимулы «феминистка» и «феминист» по фактору активности получают высокие средние баллы, тогда как стимул «сексист» характеризуется прежде всего негативным фактором оценки и таким же фактором комфортности. Наиболее позитивными оценками по факторам сила и сложность обладает стимул «женщина, делающая карьеру».

**Ключевые слова:** феминизм, равенство, молодежь, женское движение, представления молодежи о феминизме.

**Maria P. Batueva**

*Master's Degree Student,  
Department of Sociology and Psychology,  
Baikal State University,  
Irkutsk, Russian Federation,  
e-mail: mari.batueva@inbox.ru*

**Svetlana K. Malakhaeva**

*PhD in Philosophy, Associate Professor,  
Department of Sociology and Psychology,  
Baikal State University,  
Irkutsk, Russian Federation,  
e-mail: smalahaeva@yandex.ru*

## PSYCHOSEMANTICS OF YOUNG PEOPLES ATTITUDE TO FEMINISM

**Abstract.** The article presents the results of a study of young people's attitudes towards feminism. It involved 85 respondents: 50 girls and 35 boys of general secondary school. In the course of the study, we used the method "Semantic differential" (A. A. Nistratov, V. F. Petrenko). The method used 18 scales and 23 words. It was revealed that the "feminist" stimuli receive high average scores in terms of activity factor, whereas the "sexist" stimulus is characterized primarily by a negative evaluation factor and the same comfort factor. The "woman making a career" incentive has the most positive ratings for the factors of strength and complexity.

**Keywords:** feminism, equality, youth, women's movement, youth perceptions of feminism.

### Введение

Актуальность исследования заключается в том, что феминистское движение становится популярным в молодежной среде. Идеи феминизма направлены на поддержание равноправия, защиты интересов женщин, определение места и роли женщины в современном мире, что естественно будет интересным подрастающему поколению.

Проблемы, которые затрагиваются в исследованиях по данному вопросу касаются всех сфер общественной жизни: социальной, научно-образовательной, общественно-политической.

На данный момент еще остается множество нерешенных задач, связанных с гендерным неравенством (во многих странах от пола зависит то, насколько вы праве выбрать свой жизненный путь, какие возможности предоставляет государство). На сегодняшний день, к сожалению, нельзя сказать, что место, занимаемое женщинами в обществе, соответствует ее реальным возможностям.

На данный момент нет общепринятого значения понятия «феминизм». Учитывая то, что данное движение имеет свою историю и дальнейшее развитие, существует множество определений данному понятию. Можно выделить несколько из них.

Под феминизмом понимается социально-политическая теория, анализирующая процесс угнетения женщин и главенство мужского начала в прошлом и настоящем, а также выявляющая пути преодоления превосходства мужчин над женщинами. Во-вторых, под ним имеется ввиду массовое социальное движение, видящее своей целью достижение равенства женщин с мужчинами. В-третьих, феминизм воспринимается в качестве идеологии, направленной против всего женоненавистнического в теории и общественной практике. В-четвертых, феминизм – это философская концепция социокультурного развития, предлагающая альтернативу господствующей европейской традиции, не учитывающей специфику природы женщин и женского социального опыта. В-пятых, феминизм представляет собой также методологию исследований мира и общества, основанную на сугубо женском взгляде на мир и женской системы ценностей [1].

Среди родоначальников феминизма или самых ранних представительниц борьбы за женское право принято считать Абигейл Смит Адамс, Кристину де Пизан, Олимпию де Гуж [1].

В зависимости от идеологии можно выделить основные направления феминизма: либеральный, марксистский (социалистический) и радикальный. Авторами, работы которых повлияли на ход событий для женщин в России были: Н. В. Стасова, М. В. Трубникова, А. П. Философа, Н. К. Крупская, А. М. Коллонтай, И. Ф. Арманд, К. М. Самойлова, О. А. Воронина, Т. А. Клименкова, С. Г. Айвазова [2]. Несмотря на то, что феминистское движение в рядах молодежи активно исследуется в социологии, антропологии и культурологии, социально-психологические исследования отношения молодежи к феминизму разрозненны и редки. Наша статья направлена на восполнение этого пробела и посвящена психосемантике представлений современной молодежи о феминизме.

Целью нашего исследования являлось изучение отношения молодежи к феминизму.

### Методики и процедура исследования

В исследовании приняли участие обучающиеся МОУ средней общеобразовательной школы № 2 п. Усть-Ордынский. Выборку исследования составили обучающиеся 10 и 11 классов (50 девушек и 35 юношей в возрасте от 15 до 17 лет). Всего в исследовании приняли участие 85 респондентов молодежного возраста.

В исследовании применялась методика «Семантический дифференциал» (А. А. Нистратов, В. Ф. Петренко) [3;4].

Для данного исследования нами были разработаны следующие стимулы: я; женщина; мужчина; феминистка; феминист; отец; мать; молодой человек; сексист; борец (человек, который ведет борьбу); типичный представитель нашего общества; люди, которые меня окружают; идеал, с точки зрения общества; человек, который не вступает в борьбу; друг; враг; идеальная женщина; идеальный мужчина; человек, который на меня не похож; одинокая женщина; замужняя женщина; свободная женщина; женщина, делающая карьеру.

### Результаты исследования

По результатам методики были получены следующие средние показатели (таблица 1):

Таблица 1

Средние баллы по факторам

	Оценка	Активность	Упорядоченность	Сложность	Сила	Комфортность
мужчина					-1,54	
феминистка	-0,7	-1,1	0,11	-0,5		
феминист	-0,8	-0,9	-0,1	-0,3		
отец					-1,64	
мать						-2,1
сексист	1,25			-0,4		1
борец				-0,3		
типичный представитель нашего общества			-0,2			

Окончание табл. 1

	Оценка	Активность	Упорядоченность	Сложность	Сила	Комфортность
идеал с точки зрения общества	-2,5					-1,8
человек, который не вступает в борьбу	-1,2	0,11		0,18		
друг						
враг		0,04				1,41
идеальная женщина	-2,7					-2,2
идеальный мужчина	-2,5					
человек, который на меня не похож		0,08	0,05			
замужняя женщина						-1,8
женщина, делающая карьеру				-1	-1,48	

Полученные данные имеют положительный и отрицательный полюса. Далее «+» и «-». Когда смещение идет в какую-либо из сторон, либо в «+», либо в «-», то по степени увеличения числа, увеличивается значимость выбираемого фактора. Если меняется полюс, то меняется и фактор. Поэтому описывая результаты нашего исследования, мы выделили что, 0 – нейтральные показатели; 1 – малая выраженность; 2 – средние показатели; 3 – высокие показатели.

Мы выделили значимые стимулы: феминистка; феминист; сексист; борец; человек, который не вступает в борьбу.

По фактору «Оценка» были выделены следующим стимулы: «идеал, с точки зрения общества», «идеальная женщина», «идеальный мужчина». Молодежь дала такую высокую оценку данным стимулам исходя из своего представления об идеальном человеке. Эти понятия они оценивают, как приятные, светлые, красивые. Стимулы «феминистка», «феминист», «человек, который не вступает в борьбу» имеют малую выраженность, молодежь относит эти понятия к приятным. Можно подчеркнуть, что респонденты положительно относятся к данным понятиям, исходя из полученных результатов. Здесь нет эмоционально негативного отношения к людям, которые относятся к феминистскому движению. Также же можно сделать вывод, что им может быть даже интересна эта тема, так как нет отрицательных оценок и не было затруднений в ответах, т.е. нулевых значений.

Также здесь нужно отметить, что по значимому стимулу «сексист» была дана отрицательная оценка. Что может говорить об негативном отношении молодежи к данному понятию, его оценивают, как неприятный, темный, безобразный.

Такие понятия как «феминистка», «феминист» молодежь оценивают, как приятные, светлые, активные.

По фактору «Активность» можно выделить нейтральные показатели по стимулам «человек, который не вступает в борьбу», «враг», «человек, который на меня не похож». Молодые люди оценивают эти понятия как медленные и мало-активные, т.е. хоть эти понятия и имеют разные значения, но они близки по смыслу для тех, кто давал эту оценку. Значит фактор активности для этих стимулов не является превалирующим.

Стимулы «феминистка», «феминист» оцениваются как активные, но не ярко выраженные.

Стимулы «феминистка», «феминист», «типичный представитель нашего общества», «человек, который на меня не похож» оцениваются респондентами по фактору «Упорядоченность» как те, которые было сложно оценить, у них нейтральные показатели. Стимул «враг» фигурирует как устойчивое, упорядоченное понятие.

По фактору «Сложность» почти все значимые стимулы имеют нейтральный показатель, кроме стимула «феминистка», также здесь можно выделить стимул «женщина, делающая карьеру» эти понятия респонденты оценивают, как таинственные, сильные, неограниченные и сложные. Значит, молодежь видит в данных понятиях свою силу и значимость.

Такие стимулы как: «мужчина», «отец», «женщина, делающая карьеру» оценены по фактору «Сила» как «тяжелые» понятия, т.е. их сложно понять окружающим, их действия и мысли недоступны большинству людей для их понимания и принятия. Выделенные стимулы «мужчина» и «отец» вполне естественно были оценены респондентами, они видят в них силу и защиту. Здесь выделяется стимул «женщина, делающая карьеру».

Оценивая следующий фактор «Комфортность» молодежь выбрала наиболее значимые для себя стимулы, такие как: «мать», «идеал с точки зрения общества», «идеальная женщина», «замужняя женщина». Данные понятия ассоциируются у респондентов как мягкие, нежные и безопасные.

Стимулы «враг» и «сексист» были оценены с отрицательной стороны. Молодежь считает таких людей опасными и грубыми.

Также для обработки результатов был использован метод измерения семантического расстояния по формуле показывающей дистанцию между понятиями, характеризующими степень субъективного сходства каждого понятия со всеми другими понятиями. Семантическое расстояние между понятиями вычисляется по формуле:

$$D_{ij} = \sqrt{\sum_{k=1}^r (X_{ik} - X_{jk})^2}$$

где  $D_{ij}$  – евклидово расстояние между точками  $i$  и  $j$  в  $r$ -мерном пространстве факторов,  $k$  – порядковый номер фактора,  $X_{ik}$  и  $X_{jk}$  – координаты точек  $i$  и  $j$  по  $k$ -измерению или значения  $k$ -фактора  $i$  и  $j$  понятий. Чем больше сходство между понятиями, тем меньше расстояние между соответствующими точками [5].

По результатам метода были получены следующие показатели.

Близкое расстояние между стимулом «феминистка» и понятием «феминист» отражает отношение между данными понятиями, т.е. они имеют много общего и очень похожи. Далекое расстояние стимула «феминистка» по отношению к понятию «идеальная женщина» отражается в расхожести или в отрицательном отношении одного стимула к другому.

Стимул «феминист» по отношению к понятию «типичный представитель нашего общества» имеет близкое отношение, отсюда следует, что феминист оценивает себя равным обычному человеку и импонирует ему. С другой стороны, стимул «враг» имеет дальнее значение, получается, что феминист считает себя противоположным врагу, его отношение к нему неприятное или даже негативное.

Понятия «сексист» и «враг» по отношению друг к другу находятся на близком расстоянии. Можно сделать вывод, что данные понятия приятны друг другу. Также эти два стимула имеют наиболее дальнее расстояние к стимулу «идеальная женщина», возможно их отношение к идеалу отличается от людей, которые положительно относятся к понятию «идеальная женщина».

Между стимулом «борец» и стимулами «мужчина» и «молодой человек» близкое расстояние. Значит, эти понятия находятся по отношению друг к другу в положительном ключе. По отношению к стимулу «враг» расстояние большое, т.е. данные стимулы противопоставляют себя понятию «враг» и относятся к нему негативно.

Стимул «человек, который не вступает в борьбу» по отношению к стимулу «одинокая женщина» имеет близкое расстояние.

### **Заключение**

Таким образом, по полученным результатам можно отметить, что молодежь в целом понимают значение того, что такое «феминизм» только как отношение женщин с мужчинами, а именно то, что женщины не обладают равными правами с мужчинами. Они не думают о том, что феминистское движение решает более обширные вопросы, такие как: проблема безопасности, которая отражается в домашнем насилии, которому подвергаются женщины и мужчины ежедневно; борьба с виктимблеймингом и т.д.

Итак, можно сделать вывод о том, что молодежь имеет неполное представление о феминизме и показывает неоднозначное отношение к нему. С одной стороны, они знают, что такое движение существует и понимают его актуальность, но с другой стороны держат нейтральную позицию или малая часть респондентов относятся положительно и часть отрицательно. Все это может быть связано с низким уровнем информативности о данном движении, его целях, задачах и способах их достижения.

Мы приходим к выводу, что целесообразно разработать программу по освещению феминистского движения для молодежи, чтобы они имели полное представление о феминизме как о социальном и политическом движении. Для молодежи важно понимать его основную цель – гендерное равенство.



### Список использованной литературы

1. Ворошилова О. Н. Феминистские концепции женщины / О.Н. Ворошилова // Теория и практика общественного развития. – 2008. – № 1.
2. Ельникова Г. А. Становление и развитие феминизма в России: к истории вопроса / Г. А. Ельникова // Общественные науки. – 2003. – № 12. – 14 с.
3. Кожевникова О. В. Психосемантика. Метод семантического дифференциала: учебно-методическое пособие для студентов высших учеб. Заведений / О. В. Кожевникова, С. А. Вьюжанина. – Ижевск : Издательский центр «Удмуртский университет», 2016. – 120 с.
4. Петренко В. Ф. Основы психосемантики / В. Ф. Петренко. – 2-е изд., доп. – Санкт-Петербург : Питер, 2005. – 408 с.
5. Сергеева О. М. Малоструктурированные методы психодиагностики в работе психолога. Часть 1. Психосемантические методы психодиагностики: Учебно-методическое пособие / О. М. Сергеева. – Нижний Новгород, 2022. – 34 с.