

ПРАВИТЕЛЬСТВО РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВА-
ТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ
ВЫСШЕГО ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ
«САНКТ-ПЕТЕРБУРГСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»
(СПбГУ)

Факультет психологии

Председатель ГАК,
д.пс.н.
Пикулёва Оксана Антатовна

СОЦИАЛЬНО-ПСИХОЛОГИЧЕСКИЕ ОСОБЕННОСТИ ЖЕНЩИН,
СОСТОЯЩИХ В АНТИФЕМИНИСТСКИХ
ИНТЕРНЕТ-СООБЩЕСТВАХ

Диссертация

на соискание степени Магистра по направлению 030300 – Психология
основная образовательная программа «Социальная и политическая психология»

1-ый рецензент
к.пс.н., нач. управления НИУ ВШЭ
Волкова Наталья Владимировна
_____ (подпись)

Исполнитель
студент
Свирихина Дарья Андреевна
_____ (подпись)

2-й рецензент
к.пс.н., доцент
Кузнецова Ирина Викторовна
_____ (подпись)

Научный руководитель
к.пс.н., доцент
Чикер Вера Александровна
_____ (подпись)

Санкт-Петербург
2016

АННОТАЦИЯ

Для изучения социально-психологических особенностей участниц интернет-сообществ антифеминистской направленности было опрошено 87 женщин в возрасте от 18 до 50 лет, состоящих в одном из самых крупных и коммерциализованных антифеминистских интернет-сообществ «Предназначение быть Женщиной». Испытуемым было предложено четыре методики: опросник «Якоря карьеры» для изучения особенностей профессиональной мотивации (Э. Шейн, адаптирован В.А.Чикер, 1998), шкала «РОП» для измерения уровня оптимизма (Н.Е. Водопьянова, 2016), методика диагностики социально-психологической адаптации Роджерса-Даймонда «СПА» (адаптирован А.К.Осницким, 2004), авторская анкета, диагностирующая степень включенности женщины в изучаемое интернет-сообщество и выявляющая социально-демографические характеристики личности (возраст, место проживания, семейное положение, уровень образования и т.п.). Кроме того, был проведен контент-анализ жизненных историй 55 женщин, являющихся активными сторонницами антифеминистских идей. Полученные данные были обработаны с помощью математико-статистических методов: критерия Колмогорова-Смирнова, U-критерия Манна-Уитни, однофакторного дисперсионного анализа (ANOVA), корреляционного анализа с применением коэффициента Спирмена. Полностью подтвердилась основная гипотеза: приверженность женщин к антифеминистским идеям связана с такими социально-психологическими особенностями, как социальная адаптация, позитивный взгляд на жизнь, особенности жизненного пути и профессиональная мотивация. Намечены дальнейшие пути исследования и возможности практического применения полученных в диссертации результатов.

ANNOTATION

In thesis «Socio-psychological characteristics of women involved in antifeminist internet communities» the author has interviewed 87 women in the ages between 18 and 50 who are in one of the largest and most commercialized antifeminist online communities «To be woman». The probationers were conducted using four techniques: the «Career anchors» questionnaire for studying characteristics of professional motivation (Shane E., adapted by Chiker V., 1998), the «Realism-Optimism-Pessimism» scale to measure the level of optimism and activity (Vodopyanova N., 2016), the social and psychological adaptation questionnaire developed by Rodgers K. and Diamond R. (adapted by Osnitsky A., 2004), the author's survey for measuring a grade of women involvement in antifeminist online community and to reveal the socio-demographic characteristics of the personality (age, place of residence, marital status, degree level, etc.). Furthermore, it was conducted a content analysis of the life stories of 55 women who are actively support antifeminist ideas. Received data were processed using mathematical and statistical methods: the Kolmogorov-Smirnov test, Mann-Whitney-U criterion, ANOVA and correlation analysis using Spearman rank coefficient. The main hypothesis was fully confirmed: women attitude to antifeminist ideas is associated with socio-psychological characteristics such as social adaptation, positive outlook to life, details of life and professional motivation. It was also outlined further ways of research and practical application of the results obtained in the thesis.

ОГЛАВЛЕНИЕ

Введение.....	6
Глава 1. Теоретический анализ особенностей социальной коммуникации в интернет-среде. Основные идеи и представления, транслируемые в антифеминистских интернет-сообществах.....	12
1.1. Интернет как особое пространство социального взаимодействия	12
1.2. Антифеминистские интернет-сообщества: характеристика основных идей и представлений.....	23
Выводы по аналитическому обзору литературы	41
Глава 2. Методические подходы к изучению социально-психологических особенностей женщин, состоящих в антифеминистских интернет-сообществах	42
2.1. Этапы эмпирического исследования социально-психологических особенностей женщин, состоящих в антифеминистских интернет-сообществах	42
2.2. Программа исследования социально-психологических особенностей женщин, состоящих в антифеминистских интернет-сообществах	43
2.3. Организация исследования. Описание выборки.....	45
2.4. Методы исследования.....	49
2.5. Методы статистической обработки результатов	60
Глава 3. Результаты исследования и их обсуждение	61
3.1. Особенности жизненного пути, объединяющие участниц антифеминистских интернет-сообществ	61
3.2. Социально-демографические характеристики женщин и степень их включенности в антифеминистские интернет-сообщества	65
3.3. Особенности социально-психологической адаптации участниц антифеминистских интернет-сообществ	70
3.4. Эмоциональное благополучие женщин с точки зрения субъективного восприятия ими своей фемининности (женственности).....	73

3.5. Особенности карьерной мотивации участниц антифеминистских интернет-сообществ.....	75
3.6. Рекомендации практикующим психологам.....	79
Выводы	81
Заключение	84
Список использованных источников	86
Приложение А	97
Приложение Б	102
Приложение В.....	104
Приложение Г	105
Приложение Д.....	106
Приложение Ж.....	107
Приложение К.....	108
Приложение Л.....	109
Приложение М.....	110
Приложение Н	111
Приложение П	112
Приложение Р	113
Приложение С.....	114
Приложение Т.....	115
Приложение У	116
Приложение Ф	117
Приложение Х	118
Приложение Ц	119
Приложение Ш	122

ВВЕДЕНИЕ

В непрерывно меняющемся мире, в котором совершаются постоянные трансформации культурно-исторических, экономических, политических аспектов жизни, пересмотр гендерных ролей является неизбежным следствием происходящих в обществе процессов.

Иногда это может стать даже вопросом выживания целого народа: трудно переоценить роль физически и морально сильных женщин-защитниц Родины и тружениц тыла в истории Первой Мировой войны и Второй Мировой войны; образ женщины-воительницы и женщины-труженицы активно использовался в советской военной пропаганде – в частности, на военных плакатах и в лозунгах («Родина-мать зовет», «Заменяем!», «Отстроим на славу!» и т.п.) [7].

Еще раньше в зарубежной истории в силу многих причин произошел пересмотр традиционных ролей женщины, что привело к возникновению феномена феминизма в самых разнообразных его проявлениях (движение суфражисток в Великобритании, женское освободительное движение в США и т.д.) [75]. Последователи американского феминизма утверждали, что стремление женщины следовать насаждаемым социумом ролям, соответствующим «истинному» женскому предназначению хозяйки, жены и матери, делает ее зависимой, склонной к инфантилизму и нереализованной в своих возможностях. Женщина подавляет свои социальные возможности, отказываясь от участия в профессиональной и политической сферах жизни [48, 59].

Феминизм оставил свой след и в российской культуре – стремление многих женщин не уступать мужчинам на карьерном поприще, быть финансово независимыми, в определенной мере связано именно с ним.

Однако, в последнее время набирает обороты популярность женских сообществ, широко представленных в Интернет-пространстве, которые пропагандируют ценности, кардинально противоположные феминистским воззрениям. В нашей работе мы используем термины «антифеминистские интернет-

сообщества» и «антифеминистская идеология», подразумевая информационную среду, в которой транслируются ценности, противоречащие феминистским идеям.

В частности, в одном из самых крупных и самых коммерциализованных антифеминистских интернет-сообществ представлено движение «Предназначение быть Женщиной», в идеологии которого основной акцент направлен на развитие женственности через постижение и осознание значимости традиционных гендерных ролей. На основе материалов, полученных в этом сообществе, и построено наше исследование.

Проблема и актуальность исследования

На сегодняшний день все больше женщин проникаются идеями, противоречащими взглядам не так давно господствовавшего в обществе феминизма. Эти идеи призывают женщин вернуться к традиционным ценностям – например, признать главенство мужчин, уделять больше внимания рождению и воспитанию детей, вместо работы заниматься домашним хозяйством, носить платья и длинные волосы и т.д.

При этом в ряде интернет-сообществ практикуются платные услуги по «возрождению женственности» – продается специальная литература, проводятся многочисленные семинары, тренинги. Отсюда возникает вопрос – что представляет из себя женщина, которая активно поддерживает антифеминистские идеи и является главным потребителем этих услуг? В нашем исследовании мы попытаемся ответить на этот вопрос.

Научная новизна исследования заключается в том, что это первая психологическая работа, стремящаяся обобщить психологические детерминанты включения женщин в интернет-сообщества, в которых отвергается идеология феминизма и предпринимаются попытки «возродить»/усилить ценность традиционных гендерных ролей. На основе биографических данных разработана

классификация событий жизненного пути женщин, прошедших путь от феминистского уклада жизни к традиционному.

Практическая значимость заключается в возможности использования результатов исследования социальными и психологическими службами в работе с женщинами, которые имеют низкую удовлетворенность жизнью, в семейном консультировании, а так же специалистами, занимающимися карьерным консультированием.

Теоретическая значимость: в настоящий момент существует ряд популярных источников, в которых тем или иным образом упоминаются антифеминистские идеи, однако отсутствуют строгие научные исследования по этой теме. Наша работа – это научное исследование, изучающее антифеминистские интернет-движения.

Цель исследования: изучить социально-психологические особенности женщин, состоящих в антифеминистских интернет-сообществах.

Объект исследования: женщины, которые являются участницами антифеминистских интернет-сообществ.

Предмет исследования: социально-психологические особенности женщин, которые являются участницами антифеминистского интернет-сообщества «Предназначение быть Женщиной».

Основная гипотеза исследования: приверженность женщин к антифеминистским идеям связана с такими социально-психологическими особенностями, как социальная адаптация, позитивный взгляд на жизнь, особенности жизненного пути и профессиональная мотивация.

Частные гипотезы:

1) Существует ряд особенностей жизненного пути, который объединяет женщин, вступивших в антифеминистские интернет-сообщества и разделяющих антифеминистскую идеологию.

2) В жизни женщин, заинтересовавшихся антифеминистскими представлениям и идеями, имел место внутриличностный конфликт, выражающийся в резком несоответствии прошлых ценностей и представлений тем ценностям, которые женщины впоследствии приняли, вступив в сообщество «Предназначение быть Женщиной».

3) Степень включенности в антифеминистское сообщество связана с социально-демографическими характеристиками личности: возрастом, уровнем образования, местом проживания и др.

4) Уровень социально-психологической адаптации ниже у тех участниц антифеминистского интернет-сообщества, которые вступили в него относительно недавно, чем у женщин с более длительным участием в нем.

5) Чем более женственной (фемининной) считает себя женщина, тем выше уровень ее оптимизма и эмоционального комфорта, тем более выражена ее способность к принятию себя и других людей.

6) Чем более женщины включены в антифеминистское интернет-сообщество, тем ниже их карьерная мотивация.

Задачи исследования:

1) Провести теоретический анализ особенностей социальной коммуникации в интернет-среде (в частности – в социальных сетях).

2) Обозначить основные идеи и представления, транслируемые в антифеминистских интернет-сообществах.

3) Выявить социально-психологические особенности женщин, вступивших в антифеминистские интернет-сообщества.

4) Выявить особенности жизненного пути, которые объединяют женщин, включенных в антифеминистские интернет-сообщества.

- 5) Определить у женщин-участниц опроса уровень их включенности в антифеминистские интернет-сообщества.
- 6) Изучить уровень и структуру профессиональной мотивации участниц антифеминистских интернет-сообществ.
- 7) Определить уровень оптимизма у женщин, включенных в антифеминистские интернет-сообщества.
- 8) Провести статистический анализ полученных эмпирических данных.
- 9) Разработать практические рекомендации для психологических служб, консультирующих женщин с невысокой удовлетворенностью жизнью, а также для специалистов, занимающихся карьерным консультированием женщин.

Методы и методики исследования:

- 1) Для определения степени включенности женщин в антифеминистские интернет-сообщества использовался метод анкетирования.
- 2) Для определения уровня социальной адаптации испытуемых использована методика диагностики социально-психологической адаптации К. Роджерса и Р. Даймонда («СПА») для взрослых в адаптации А.К. Осницкого.
- 3) Для измерения уровня оптимизма у испытуемых применена шкала «РОП» Н.Е. Водопьяновой.
- 4) Для определения у испытуемых их карьерных ориентаций использована методика «Якоря карьеры» Э. Шейна.
- 5) Для анализа особенностей жизненного пути женщин, состоящих в антифеминистских интернет-сообществах, использован метод контент-анализа реальных жизненных историй, опубликованных на официальном сайте интернет-сообщества «Предназначение быть Женщиной».

Методы статистической обработки результатов.

Обработка полученных в ходе эмпирического исследования данных проводилась в статистическом пакете IBM SPSS Statistics 23, с использованием следующих методов:

- U-критерий Манна-Уитни;
- однофакторный дисперсионный анализ (ANOVA);
- корреляционный анализ с применением коэффициента Спирмена;
- анализ нормальности распределения с применением одновыборочного критерия Колмогорова-Смирнова.

ГЛАВА 1. ТЕОРЕТИЧЕСКИЙ АНАЛИЗ ОСОБЕННОСТЕЙ СОЦИАЛЬНОЙ КОММУНИКАЦИИ В ИНТЕРНЕТ-СРЕДЕ. ОСНОВНЫЕ ИДЕИ И ПРЕДСТАВЛЕНИЯ, ТРАНСЛИРУЕМЫЕ В АНТИФЕМИНИСТСКИХ ИНТЕРНЕТ-СООБЩЕСТВАХ

1.1. Интернет как особое пространство социального взаимодействия

Ни для кого не секрет, что в век информационных технологий колоссальное значение для социального взаимодействия приобретает Интернет и, в частности, социальные сети. В Интернете образуются так называемые «интернет-сообщества», являющиеся, по сути, «клубами по интересам» виртуального пространства. Процветают миллионы форумов, групп и публичных страниц в социальных сетях, посвященных какой-либо теме и имеющих последователей-«подписчиков» в лице тех, кому эта тема по той или иной причине небезразлична.

Темы, посвященные Интернет-коммуникациям, активно разрабатываются современными учеными. Написано немало трудов, заявляющих о том или ином влиянии Интернет-ресурсов на личность человека и качество общения между людьми. Речь идет как о позитивном, так и, зачастую, пагубном воздействии.

Многие интернет-сообщества уже включают в себя сотни тысяч подписчиков. К их числу относится и набирающее силу сообщество «Предназначение быть Женщиной» – антифеминистское интернет-сообщество, которое заняло свое место во многих социальных сетях, таких, как:

- «Вконтакте» (более 309 тысяч подписчиков, среди которых более 272 тысяч женщин);
- «Одноклассники» (около 24 тысяч подписчиков);
- Facebook (более 15 тысяч подписчиков);

А также на сайтах:

— www.valyaeva.ru – главный сайт создательницы сообщества Ольги Валяевой (на форуме сайта более 43 тысяч зарегистрированных пользователей);

— www.youtube.com (более миллиона просмотров).

Наше исследование будет направлено на изучение подписчиц сообщества «Предназначение быть Женщиной» в социальной сети «ВКонтакте». Поскольку данные пользователей открыты, есть возможность обеспечить репрезентативность выборки.

Помимо изучаемого нами объединения «Предназначение быть Женщиной», в качестве примера можно привести следующие сообщества аналогичной направленности:

— «Верность себе», лидер – Юлия Боженова (<http://www.julia-bozhenova.ru/>);

— «Школа женского счастья», лидер – Л.И. Димитрошкина (<http://school4woman.ru/>);

— «Женское измерение Юлии Свияш», лидер – Ю.В. Свияш (<http://swoman.ru/>).

Эти сообщества были созданы позднее, и количество участниц в них существенно меньше, чем в «Предназначении быть Женщиной».

Для того, чтобы приступить к исследованию социально психологических особенностей пользователей сети Интернет, следует описать основные характеристики этого особого пространства социального взаимодействия.

Ю.В. Епанова утверждает, что распространение информационных технологий в современном мире значительным образом повлияло на преобразование социокультурной реальности и привело к возникновению нового типа общества – информационного [23]. Масштабы этих видоизменений оцениваются иссле-

дователями по-разному: одни говорят о глобальной трансформации общества, которое можно сравнить с переходом человечества от первобытности к цивилизованности; менее радикальные ученые рассматривают эти трансформации лишь как очередной этап технологического развития.

Разумеется, особое значение исследователями придается распространению Интернета, феномену, характеризующемуся принципиальной новизной в ряде аспектов [63]:

1) Он обладает рядом специфических технических возможностей, в частности, он характеризуется:

— мультимедийностью (объединением в однородную среду разнородной информации – текста, графических изображений, видео- и аудиозаписей и т.п.).

— интерактивностью, которая превращает индивида из объекта, пассивно воспринимающего потоки информации, в активного автора и соавтора виртуального диалога.

— персонализацией, выражающейся в возможности выбора интересующих пользователя параметров получения информации (тип, тематику, канал информации и т.д.)

— многосторонностью, которая состоит в возможности одновременного существования принципиально разных коммуникативных пространств (например, индивидуальной, массовой и групповой среды).

2) Интернет внес принципиальную новизну в коммуникационные структуры. Традиционно коммуникация расценивается как передача информации от адресанта к адресату, однако каждый элемент схемы «адресант – информация – адресат» в киберпространстве видоизменяется. Иногда Интернет сохраняет эту схему в обычном виде, но зачастую может придавать ей совершенно иную форму. Источником транслируемого сообщения может быть как

один индивид (например, в случае электронной переписки), так и целая социальная группа.

Само сообщение может принимать какие угодно формы – от обычной журналистской статьи до истории, над которой долгое время трудилось множество людей. Сообщение также может являться беседой в чате. Количество адресатов может варьироваться от одного до нескольких миллионов.

Рушится привычное представление о тексте (как логической последовательности слов и символов). Гипертекст предоставляет пользователям возможность варьировать различными фрагментами текста, становится необязательным соблюдение последовательности его прочтения, раздвигает границы текста, позволяя переходить к другим источникам информации.

3) Распространение и внедрение интернет-технологий в различные сферы жизни приводит к появлению новых феноменов в структуре сознания личности. Исследователи отмечают становление особого информационного сознания, за счет которого мир начинает восприниматься личностью во всей своей полноте как «здесь и сейчас». Помимо временной, умалается значение также и пространственной характеристики мира, поскольку сетевая коммуникация стирает его границы, преодолевает всяческие расстояния, соединяет людей, находящихся в разных концах планеты, дает возможность «посещать» библиотеки, выставки, музеи и даже страны, не выходя из дома [35].

Осознание подобных новшеств побудило исследователей выдвигать прогностические суждения о последствиях распространения Интернета на социум, они стали говорить не только о проникновении Интернета в индивидуальную жизнь, но и о виртуализации социума в целом [22].

В свою очередь, Е.П. Белинская отмечает, что хотя Интернет – это, прежде всего, информационная среда (по своему происхождению, возможностям, основным функциям, преобладающему содержанию), несмотря на это, научный фокус проблем интернет-коммуникации явно склоняется в сторону лично-

сти – так, словно виртуальная реальность со всем ее, по сути, неограниченным информационным содержанием является исключительно областью самовыражения человека [5].

Если говорить о принадлежности пользователей к разнообразным сетевым сообществам, и, в целом, к социальной категории пользователей Сети, то многие исследователи, в том числе и Дж. Донат, считают очевидным, что эта принадлежность вносит свой вклад в содержание социальной идентичности личности [73].

Переход социума на информационную ступень своего развития вынудил ученых прибегнуть к рассмотрению и переосмыслению изученных ранее явлений. Ведущее место в этом переосмыслении заняли рассуждения об особенностях и способах человеческого существования в новой, виртуальной реальности, и тогда ученые заговорили о виртуальной идентичности [23].

Е.П. Белинская задается вопросом, как связана реальная идентичность человека с возможными самопрезентациями в виртуальной коммуникации.

Влияние Интернета на идентичность индивида объясняется следующим образом:

1) Благодаря существованию в Интернете множества разнообразных сообществ, а также тому, что Интернет, сам по себе, является своеобразной социальной реальностью, он предоставляет человеку новые просторы для принадлежности к определенным социальным категориям [73].

2) Анонимность и ограниченный сенсорный опыт интернет-коммуникации [79-80, 86, 89] предоставляют редкую возможность поэкспериментировать со своей идентичностью. Анонимность дает пользователю возможность создания сетевой идентичности, которая может кардинально отличаться от реальной идентичности. Эту возможность пользователи интернета могут использовать совершенно по-разному [5].

Подытоживая вышесказанное, Е.П. Белинская отмечает, что, посредством невидимости, анонимности и безопасности, сетевая коммуникация позволяет человеку строить свою сетевую идентичность целиком по собственному выбору. Под невидимостью в этом контексте подразумевается возможность изменить свой внешний облик (например, при помощи рисунков или чужих фотографий), полностью исключить невербальные проявления и, в конце концов, возможность абсолютно самостоятельно управлять впечатлением других людей о себе, которая рассматривается как основополагающая особенность самопрезентации в виртуальном пространстве многими исследователями [5, 70, 80]

Е.П. Белинская подчеркивает, что уникальной особенностью сетевой коммуникации является возможность создания практически любых сетевых идентичностей. В качестве примера она приводит широко распространенные в Сети виртуальную «смену пола» и виртуальное девиантное поведение.

Дж. Донат была первой, кто использовал в своих исследованиях понятие «троллинг» (англ. «trolling»), обозначающее провокационную форму взаимодействия в сетевой коммуникации. Троллинг является примером того, что виртуальная самопрезентация может производиться не только лишь с помощью одной принадлежности индивида к сетевому сообществу, но и посредством противопоставления себя виртуальному сообществу, намеренного девиантного, конфликтного поведения [73].

Дж. Сулер утверждает, что особенности предпочтения способа самопрезентации в виртуальном пространстве без сомнения связаны с типом личности [87]. Исследователь считает, что виртуальная самопрезентация может быть обусловлена как реальной идентичностью человека (и, в какой-то степени, отражать его потребности, которые по каким-то причинам не были удовлетворены в реальной жизни), так чисто технической спецификой сетевой коммуникации (например, той же возможностью, а, зачастую, - и данностью анонимности). Дж. Сулер [88] считает, что девиантное поведение является деструктивной формой реагирования на анонимность и отражает тягу человека быть замечен-

ным в условиях виртуальной невидимости. В качестве конструктивного способа реагирования Э.М. Рейд [80] предлагает рассматривать наделение сетевых идентичностей гиперболизированными элементами власти, силы, красоты, могущества и т.д.

Э.М. Рейд отмечает также, что тотальное желание не раскрывать в виртуальном общении свои качества зачастую вызвано неудовлетворенностью своей реальной идентичностью.

Б. Бекер соглашается с этим, считая, что выбор полной анонимности в виртуальном общении может быть обусловлен желанием избавиться от неудовлетворяющей человека его реальной социальной идентичности. [70].

Дж. Сулер добавляет, что создание сетевой идентичности, отличающейся от реальной, может быть также связано с неудовлетворенностью отдельными сторонами реальной идентичности. И тогда самопрезентация в виртуальном пространстве может являться своеобразным осуществлением неисполнимых в реальной жизни желаний и стрелений [84]. В виртуальном общении не является редкостью демонстрация осуждаемых в реальной жизни агрессивных и враждебных тенденций [88], обсуждение мыслей, которыми не представляется возможности или не хочется поделиться даже с самыми близкими людьми [91], высвобождение тех сторон своей личности, которые, как правило, подавляются в реальности [89, 91], также в Сети нередко удовлетворяются некоторые сдерживаемые в повседневной жизни сексуальные или манипулятивные тенденции [70, 72, 85, 91]

Таким образом, получается, что люди в виртуальном общении производят перекликающийся с их Я-идеальным особый вид самопрезентации, который расходится с не принимаемым ими Я-реальным [89, 91].

Однако следует понимать, что помимо непринятия каких-то сторон Я-реального, виртуальная самопрезентация может возникать и по другим причинам – например, когда человек не обладает возможностью проявить всю много-

гранность своей личности в реальном общении, тогда как виртуальная жизнь не лишает его такой возможности [74].

Ряд исследователей [69, 83, 89] считает, что в многогранности и динамичности идентичности человека в виртуальном мире находит свое отражение идентичность социума в целом.

Достаточно детально возможные причины возникновения сетевой идентичности проанализированы на примере виртуальной смены пола (когда человек в виртуальном общении выдает себя за представителя противоположного пола).

Это явление очень часто встречается в сети и может быть обусловлено различными причинами, причем совсем не обязательно с сексуальными расстройствами. Некоторые из них в своей работе приводит Дж. Сулер [85]. Их мы рассмотрим ниже.

Часть людей таким способом пытаются исследовать отношения между полами, а у части пользователей это может быть индикатором их не до конца сформировавшейся («диффузной») половой идентичности.

Дж. Сулер предполагает, что виртуальная смена пола – это одна из множества возможностей для эксперимента, предоставляемая за счет анонимности сетевой коммуникацией. То есть, как и многие другие необычные явления, встречающиеся в сети Интернет, виртуальную смену пола можно объяснить как стремление человека получить новый опыт [85, 89].

А.Е. Жичкина и Е.П. Белинская отмечают, что такое стремление экспериментировать с собственной идентичностью, поиск возможностей проявить себя в новых ипостасях, может быть связано с открытостью реальной идентичности человека, с его готовностью к дальнейшему развитию [26]. В этом случае речь идет о влиянии реальной идентичности на виртуальную.

С другой стороны существуют ситуации, в которых все происходит в точности наоборот – и тогда участие человека в сетевом общении в какой-то степени преобразует содержание его реальной идентичности. Этот феномен описывает в своей работе Ш. Теркл [90] на примере того, как замкнутый, стеснительный и неуверенный в себе студент, благодаря успеху в компьютерной сетевой игре среди других игроков, стал гораздо более открытым и общительным человеком.

А.Е. Жичкина и Е.П. Белинская делают достаточно интересное замечание, касающееся субъективной оценки исследователя последствий взаимовлияния реальной и виртуальной идентичностей человека [26]. Они говорят, что в своем исследовании они целенаправленно избегали выносить какие-либо оценочные суждения на этот счет, так как эта оценка практически неразрывно связана с ценностным выбором исследователя, занимающегося этой проблемой.

Е.П. Белинская разделяет реальный социальный мир и виртуальный как две принципиально разные реальности: социальный мир, по сравнению с виртуальным, строго объектен и упорядочен, он изначально ограничивает человека рамками возраста, пола, национальности, профессии и т.д. Виртуальная же реальность безгранична, поэтому перед человеком встает необходимость решить задачу его самоопределения в этом виртуальном мире, найти свою идентичность в нем [4].

Е.П. Белинская [4] также выделяет следующие способы образования границ Я в виртуальном мире:

— посредством переноса из реальности в виртуальное пространство уже известных и выработанных символов (пола, возраста и т.д.);

— посредством осмысления ценностных ориентиров собственной деятельности и через формирование себя в виртуальном пространстве в качестве активного субъекта.

М. Кастельс говорит о том, что современное общество за счет распространения культуры виртуальной реальности все больше концентрируется вокруг противостояния личностных (self) и сетевых (net) систем, что каким-то образом перекликается с противостоянием процессов идентичности и самопрезентации [71].

А.Е. Жичкина отмечает, что Интернет в качестве объекта исследования интересует ученых из абсолютно разных областей научного знания – помимо психологов исследованиями интернет-пространства занимаются социологи, философы, лингвисты, политологи, культурологи и другие специалисты. Говоря о психологических аспектах изучения Интернета, то нельзя не отметить их многообразие, существующее благодаря универсальной применимости коммуникативных возможностей, предоставляемых Интернетом. По мере того, как развивался Интернет, все большее количество коммуникаций как личного, так и делового характера стало осуществляется в виртуальном пространстве. Во многом это происходило за счет таких технических преимуществ Интернета, как возможность передачи на любые расстояния больших объемов информации, а также за счет возможности корректировать и хранить информацию в сети [25].

Подробный анализ взглядов на личность в виртуальном пространстве (или, так называемую, «виртуальную личность») произведен в работе Е.Горного [18].

При характеристике личности в виртуальном пространстве, ряд авторов выделяет следующие психологические особенности [18, 25, 64]:

- 1) В виртуальном пространстве ослаблен телесный компонент самоощущения личности. Единственная возможность его репрезентации – это видеосвязь и фотография-аватар в социальных сетях и на форумах (причем достаточно часто пользователи ставят не свою фотографию, а просто понравившуюся им картинку).

2) Перцептивная сфера значительно ограничена за счет того, что интернет-коммуникация принципиально дистантна. В подавляющем большинстве способов виртуального общения (включая видеосвязь) сильно страдает невербальная составляющая коммуникации, несущая, по мнению А. Меграбяна, более 70% информации [76, 77]. Ввиду этого в виртуальной коммуникации огромное значение уделяется вербальному компоненту общения – многие исследователи сетевого общения признают важность и компенсационный характер речи в виртуальной коммуникации [25, 64].

3) Ослабление компонента контроля – одна из самых значимых особенностей виртуального общения. Как уже было отмечено выше, виртуальная реальность процветает во многом за счет анонимности, тогда как в реальной жизни человек почти всегда находится на виду и под контролем общества. В виртуальном пространстве человек предстает как полноценный творец своей виртуальной личности [1, 3, 42].

4) Исследователи сюда также включают особенности, касающиеся идентичности интернет-пользователя, подробно описанные выше [89, 91].

На сегодняшний день значительная часть социального взаимодействия протекает в *социальных сетях*. Поэтому в контексте нашей работы необходимо осветить их основные особенности.

К. О. Черняева и А. А. Селютин под социальной сетью понимают комплексное образование, которое сочетает в себе черты форума, сетевого сообщества и чата [57], и представляет все многообразие связей индивида с другими людьми [68]. Компьютерная социальная сеть предоставляет возможность каждому пользователю образовать свою субъективную реальность межличностного взаимодействия со значимыми для него людьми [41].

Ю.В. Будовская предполагает, что в качестве основного принципа функционирования социальных сетей можно рассматривать практический или моральный эгоизм, поскольку удовлетворение личных потребностей является

движущим мотивом человеческих действий, и, в том числе, становится основным двигателем пользовательской активности индивида в сети [8].

Современные социальные сети так же, как и другие площадки для виртуального общения, дают пользователю пространство для самопрезентации, выражения своей самости и уникальности, что явилось фактором образования феномена виртуальной личности [12]

Для нашего исследования представляет интерес утверждение Н.В. Гордеева [17], описывающего в своем исследовании социальную сеть «ВКонтакте». Он говорит, что наличие в персональной странице таких категорий, как «Мои друзья» и «Мои группы» свидетельствует о социальном характере страницы. Эти категории при определенных обстоятельствах могут оказаться достаточно интересными и значимыми для исследования, поскольку, к примеру, количество друзей у пользователя может быть признаком уровня общительности индивида или, как минимум, его коммуникативной активности. А тематика и набор групп, может дать более или менее четкое представление о жизни и интересах пользователя, состоящего в них.

1.2. Антифеминистские интернет-сообщества: характеристика основных идей и представлений

Анализ основных идей и представлений антифеминистских сообществ был произведен на основе статей и книг основательницы одного из самых крупных и коммерциализованных антифеминистских интернет-сообществ «Предназначение быть Женщиной» О.В. Валяевой. Эти литературные источники являются популярной литературой, не претендующей на статус научной. Мы вынуждены опираться преимущественно на них, поскольку издания научного характера по этой тематике отсутствуют. Однако, в силу того, что идеология антифеминистских интернет-сообществ в основном посвящена гендерному аспекту, мы попытаемся сопоставить ее положения с имеющимися научными данными в социальной и гендерной психологии.

1.2.1. Научный взгляд на проблему гендерных представлений:

отечественные и зарубежные исследования

С. Московичи [43-44] стал основоположником теории социальных представлений, изучение которых было активно подхвачено отечественными учеными [13-14, 19]. Под социальными представлениями он понимал набор убеждений, объяснений и понятий, которые возникают в ходе межличностных коммуникаций в повседневной жизни [78].

Рассмотрение социальных представлений в рамках гендерного подхода представляет в контексте нашей работы особый интерес, поскольку существенная часть информации, транслируемой антифеминистскими интернет-сообществами, характеризуется совершенно определенной направленностью взглядов на гендерные особенности мужчин и женщин.

Обращение современных психологов к гендерному направлению [9, 33, 37, 45, 53, 62, 66] демонстрирует, что такой психологический феномен, как гендерные представления, постепенно становится важной частью проблематики современной социальной психологии.

И.С. Клецина определяет гендерные представления следующим образом: «это обусловленные социальным контекстом понятия, взгляды, утверждения и объяснения относительно распределения ролей и статусных позиций мужчин и женщин в обществе» [36, с. 317].

Гендерные представления рождаются в процессе взаимодействия и общения людей в повседневной жизни и являются осмысленными знаниями о том, какие роли в разных социальных ситуациях должны исполняться мужчинами и женщинами, в чем заключается их предназначение, а также о том, какие модели они должны демонстрировать окружающим в своем поведении.

И.С. Клецина называет гендерные представления особым способом осмысления социальной действительности. Они выступают для личности своеобразным помощником в установлении собственной позиции в отношении уже

имеющихся норм поведения мужчин и женщин, влияют на формирование собственной модели поведения в общении с противоположным полом, уточняют ориентиры жизненного пути личности (человек пересматривает их, исходя из принятого способа исполнения гендерных ролей). Таким образом, гендерные представления ориентируют человека вести себя определенным образом в изменяющихся социальных ситуациях [37].

Источником гендерных представлений является гендерная идеология в каждом конкретном социуме, представляющая собой систему представлений и взглядов о социальном статусе и ролях обоих полов и являющаяся социальным механизмом регуляции существующих моделей взаимоотношений между мужчинами и женщинами. Именно через такие феномены социально-психологического изучения как статусы и роли наиболее полно раскрывается проблематика гендерных исследований – очень многие ученые в своих работах обращают внимание на неравенство в общественной и личной жизни мужчин и женщин [29-32, 34, 54, 56, 60, 65].

На сегодняшний день выделяются два основных типа гендерной идеологии – традиционная (патриархатная) и эгалитарная, по которым можно развести всю совокупность гендерных представлений на две антагонистичные группы. Эти группы различаются во взглядах на основные проблемы гендерной идеологии, которые были объединены и сгруппированы И.С. Клециной в процессе анализа современных научных публикаций, посвященных вопросам равноправия полов [6, 16, 28, 65].

Первая проблема – это вопрос существования веских обоснований существующего разграничения женских и мужских социальных ролей и личностных качеств.

Последователи традиционных гендерных представлений считают, что социальные роли и личностные особенности мужчин и женщин являются кардинально противоположными, при этом биологические различия полов перенос-

сятся на сферу социальных отношений, таким образом, речь идет о чисто «женских» и чисто «мужских» ролях, которые не могут быть в полной мере заменены друг на друга.

Последователи эгалитарного подхода считают, что в мужчинах и женщинах сходств гораздо больше, чем различий – как в отношении психологических характеристик, так и в способности исполнять различные социальные роли, что лишает оснований строгую поляризацию ролей на мужские и женские – женщина и мужчина могут одинаково хорошо справляться как с ролью «домохозяйки», так и с ролью «кормильца». Гендерная дифференциация с этой точки зрения берет свои корни из социума, она не предопределена биологически [61].

Вторая проблема гендерной идеологии сосредоточена вокруг вопроса о правомерности иерархического выстраивания статусных позиций мужчин и женщин (как правило, мужчины занимают более высокие статусные позиции).

Последователи патриархатных представлений выказывают уверенность в том, лидирующие позиции в различных структурах и в обществе в целом должны занимать именно мужчины, поскольку к этому располагают их гендерные особенности.

Представители эгалитарных убеждений утверждают, что иерархичность статусных позиций во всех сферах человеческого существования абсолютно неправомерна. Они уверены, что единственно верная полоролевая модель – это партнерская модель отношений, которая предполагает равенство полов в их правах и возможностях.

Третья проблема заключена в вопросе правомерности оправдания полового неравенства биологическими особенностями каждого пола.

С точки зрения сторонников патриархатного подхода, основополагающим является постулат о том, что различия функций и ролей у мужчин и женщин проистекают из их биологических различий, а, следовательно, предопределены «природой». При этом, менять эти базисные основания опасно для общества.

Таким образом, предполагается, что функции мужчины как «добытчика» и женщины как «хранительницы очага» не зависят от воли каждого отдельного человека, а являются объективными и биологически предопределенными. Соответственно, половым различиям в традиционном подходе придается большее значение, чем индивидуальным [55].

Сторонники эгалитарного подхода, напротив, считают, что исполнение какой-либо роли должно зависеть от склонностей и желаний конкретной личности, но оно ни в коем случае не должно становиться данностью его биологического пола. Соответственно, оправдание социального неравенства с точки зрения половой принадлежности эгалитаристы считают совершенно неправомерным.

И.С. Клецина [27] говорит о том, что аргументация сторонников традиционных гендерных представлений строится на социобиологических концепциях эволюционного подхода, при этом ими не учитывается влияние исторических и культурных процессов на развитие личности. В свою очередь, последователи эгалитарного подхода в качестве методологической базы используют социально–конструкционистскую концепцию, в которой роль культурных преобразований выходит на первый план, оттеняя биологическую предопределенность.

Гендерные представления беспрестанно находят свое отражение в медиа. В исследовании Ю.Е. Гусевой [20] был рассмотрен анализ социально-исторических изменений в российском обществе XX в., оказывающих влияние на трансформацию гендерных представлений в отечественной прессе:

- 1) Зарождение и становление советской власти (1917 — середина 1930-х гг.). Для этого периода характерна эгалитарная гендерная политика: во всех сферах жизни предполагается юридическое равенство мужчин и женщин. Сохранившиеся элементы неравенства в семейной сфере воспринимались как пережитки прошлого, преодолеть которые планировалось посредством освобождения

дения женщин от домашнего хозяйства и воспитания детей: эти функции должны были быть возложены на государство.

2) Тоталитарный период (середина 1930-х гг. — середина 1950-х гг.) уже отмечалось достигнутое юридическое и фактическое равенство полов на государственном уровне. Однако, в реальности началась воплощаться в жизнь патерналистская гендерная политика, которая ведет к необходимости активного участия мужчин и женщин на производстве и протекционизму по отношению к женщинам (моральная поддержка материнства, ведения быта и воспитания детей), что неминуемо ведет к двойной нагрузке на женщин.

3) Период оттепели и развитого социализма (середина 1950-х гг. — середина 1980-х гг.) С одной стороны, для этого времени характерен постепенный отказ от вмешательства государства в личную жизнь людей (происходит либерализация семейно-брачных отношений), с другой стороны – стало нормативным закрепление за женщинами двойной нагрузки. Активно пропагандируется образ женщины-работницы, которая одновременно ведет домашнее хозяйство и воспитывает детей.

4) Период перестройки (середина 1980-х гг. — начало 1990-х гг.). Предпринимается попытка возврата к патриархатной политике государства, но из-за экономических реалий жизни (невозможности существования семейства с одним кормильцем) эта попытка не увенчалась успехом.

5) Постсоветский период (начало 1990-х гг. — до настоящего времени). Для современной гендерной политики преимущественно характерны эгалитарные тенденции, не имеющие жесткого курса.

Автор [20] утверждает, что если сравнить степень выраженности эгалитарных и традиционно-патриархатных гендерных представлений в отечественной прессе советского и постсоветского периодов, то можно отметить, что со временем увеличилось число эгалитарных представлений, а число традиционно-патриархатных – уменьшилось.

Результаты анализа современных российских СМИ, проведенный Л. Г. Почебут совместно с И. А. Шмелевой [51] демонстрируют, что российские политики по-прежнему воспринимают общественную роль женщины в рамках патриархатного мировоззрения – возможность достижения ею заметных успехов на политической ниве совершенно не берется в расчет. Однако авторы исследования отмечают, что в последнее время в публикациях проявляется интерес к взаимосвязи между политическими и гендерными проблемами, что может свидетельствовать о намечающемся переходе российского общества к реальному гендерному равенству.

Помимо гендерных представлений, важно упомянуть такой психологический феномен, как гендерный стереотип.

Гендерные стереотипы – «это стандартизированные представления о моделях поведения и чертах характера, соответствующие понятиям «мужское» и «женское» [15, с.16]. Гендерные стереотипы выступают в качестве действенного механизма появления гендерного поведения и социальных ролей, соответствующих традиционной гендерной идеологии.

Гендерные характеристики, содержащиеся в стереотипе, субъективно начинают восприниматься как нормативный стандарт, с которым человек, в том числе, сопоставляет как характеристики своей гендерной идентичности, так и личностные особенности окружающих его мужчин и женщин. Согласно патриархатному взгляду на гендерные отношения, соблюдение стереотипных поведенческих моделей помогает реальному мужчине и реальной женщине приблизиться к идеалам «настоящих» мужчины и женщины, что, в итоге, должно привести их к личному и социальному благополучию [36]. Судя по всему, именно эта идея является основополагающей в информационном пространстве антифеминистских интернет-сообществ.

Гендерные стереотипы направляют мужчин и женщин на избрание противоположных вариантов жизненных стратегий, на совершенно разные пути их

самореализации, а, поскольку, «типично женские» качества личности и характер деятельности, как правило, противопоставляются «чисто мужским» характеристикам как менее серьезные и престижные, это детерминирует неравноценность их социальных позиций.

Наиболее наглядно актуальные в обществе стереотипы демонстрируются средствами массовой информации. Неудивительно, что изучению гендерных представлений и стереотипов, отраженных в прессе, и их трансформации в последнее время уделяют особое внимание представители самых разных наук – психологи, социологи, филологи, историки [20-21, 24, 39, 58].

М.В. Семкина, например, утверждает, что наиболее распространенные гендерные стереотипы, транслируемые зрителям в рекламных роликах и оказывающие значительное влияние на сознание потребителей, это представление женщины в роли сексуального объекта, домохозяйки и матери [58]. С этим перекликаются результаты исследования Д.В. Захарова [27], который изучал трансформацию женского образа в СМИ на примере женских журналов (в его работе фигурируют такие метафоры как «сексуальная приманка», «домохозяйка», «нежное существо»). Следует отметить, что в антифеминистских интернет-сообществах пропагандируются схожие образы, которые объясняются тем, что домашнее хозяйство, а также рождение и воспитание детей – исконно женские обязанности, и женщина, которая с удовольствием и отдачей выполняет их, способствует раскрытию своего женского потенциала. Что касается сексуальности, то антифеминистские интернет-сообщества предпочитают не концентрироваться на этом аспекте, поскольку он является слишком интимным, однако о важности женской красоты в них говорится довольно часто: по мнению авторов антифеминистских статей, красота должна быть скромной и не вызывающей, открытое проявление сексуальности поощряется только в отношении законного супруга, но никак не для посторонних мужчин.

О.А. Цветкова утверждает, что развитие процессов демократизации в современной России возможно лишь при условии гармонизации отношений меж-

ду различными слоями общества, включая гендерные отношения [67]. Под гармонизацией отношений между полами О.А. Цветкова имеет в виду именно гендерное равенство. Она также отмечает, что социально-экономические преобразования в нашей стране не только не способствовали разрешению существовавшей в советский период проблемы гендерного неравенства, но и внесли новые противоречия в эту область: произошло усиление гендерной асимметрии рынка труда, вытеснение женщин из политической и других социально значимых сфер жизнедеятельности все еще продолжается. И для осуществления значимых культурных сдвигов необходимо радикальное изменение общественных установок, другое отношение к женщине, вытекающее из ее эмоционально-духовного начала. И хотя в демократических странах женщина определенно имеет больше прав, и там проблема «женщины и общества» не решена до конца. Женщинам в таких странах приходится приспосабливаться к мужскому миру (ведь при равенстве притязания и требования к женщинам тоже становятся наравне с мужскими), достижения женщин во многом определены даже не столько успехами женского движения, сколько тем, что в таких странах лучше защищены права человека.

В ценностно-нормативной системе российского общества происходит противостояние следующих тенденций: с одной-стороны, заимствуются «прогрессивные» западные образцы маскулинности и фемининности, а с другой – воспроизводятся устоявшиеся патриархатные стереотипы. О.А. Цветкова отмечает, что социум стремится навязать женщинам традиционный вектор полоролевого поведения, который проявляется в совокупности фиксированных и приписываемых ей качеств. Отступление от этих, закреплённых в культуре и этнических установках, нормативов часто приводит к противостоянию и конфликту [67].

И.С. Клецина утверждает, что гендерные стереотипы могут послужить барьером для развития индивидуальности и оказать отрицательное влияние на самореализацию как женщин, так и мужчин [38].

В этом с ней согласна О.А. Цветкова [67]. Она утверждает, что устоявшиеся гендерные стереотипы не предоставляют женщинам возможности самореализации, т.к. стимулируют у них мотивацию усредненного поведения, нацеленного, скорее, на поиск стабильности. Однако, при увеличении у женщин неудовлетворенности семейной жизнью и при наличии перспектив карьерного роста в трудовой деятельности, связанной с инновациями, наблюдается конкуренция таких идентификационных параметров, как работа и семья. И тогда адаптация к новой ситуации выражается у женщин в трансформации их жизненных стратегий, в переходе к профессионально-ориентированным стратегиям от семейно-ориентированных.

Еще более интересен вопрос о самоактуализации женщин с точки зрения традиционного гендерного подхода, многие из идей которого находят свое отражение в работах антифеминистских идеологов.

В антифеминистских интернет-сообществах пропагандируются домашнее хозяйство и материнство в качестве альтернативной стези для самореализации женщины.

О.А. Цветкова делает очень важное замечание: с учетом того, что семейная жизнь и материнство остаются важной частью базовых ценностей современной женщины, одновременное сочетание функций жены, мамы и работницы дается все сложнее [67]. Попытка женщины совмещать трудовые и материнские функции, как правило, носит достаточно противоречивый характер. Становясь беременной, женщина не получает всей необходимой поддержки ни со стороны государства, ни со стороны работодателя, а иногда – и семьи. Как правило, общественная обстановка не содействует самовыражению женщины в области материнства, а это приводит к угнетению имиджа материнства, снижению рождаемости, и в целом – к ухудшению демографической ситуации. О.А. Цветкова акцентирует внимание на том, что в современных условиях для успешной реализации женщины в трудовой сфере крайне важен вопрос государственных гарантий и достойной оплаты труда.

Автор отмечает, что возможность самовыражения и реализации своих творческих способностей через трудовую деятельность многие женщины воспринимают как возможность личностного становления.

Относительно того, насколько успешно у женщины, основной деятельностью которой является ведение домашнего хозяйства, проходит процесс самоактуализации, исследователи не сходятся на едином мнении.

Например, Л.С. Лобачева говорит о том, что у домохозяек (как у представителей мало защищенных в социальном плане слоев общества), существует особая подверженность невротическим депрессиям [40].

Л.В. Попова приходит к еще более неутешительным выводам – те женщины, которые видят себя исключительно в роли жены и матери, чаще всего испытывают чувство безнадежности и беспомощности, часто находятся в депрессии, обладают низкой самооценкой, они лишены ощущения самостоятельности и компетентности. Все это может приводить к потере собственного Я, к алкоголизации, к сексуальным и психическим расстройствам и даже к суицидам [49].

Т.В. Андреева пишет, что принесение самореализации в жертву домашним обязанностям может положить начало стрессу, внутреннему конфликту, а также различным комплексам, вследствие чего страдает и психологический климат в семье. У женщины-домохозяйки весь мир может свестись к череде однообразных забот, что способствует накоплению психологической усталости [2].

Но, например, Л.В. Осипова отмечает: тот факт, что наряду с существованием успешных бизнес-леди и женщин-политиков, многие женщины с высшим образованием и престижной специальностью часто осознанно выбирают для себя роль домохозяйки и при этом чувствуют себя счастливыми, позволяет сделать предположение, что наличие профессиональной деятельности не является достаточным условием для успешной самоактуализации [46]. Результаты

исследования Л.В. Осиповой продемонстрировали, что высокий уровень самоактуализации может иметь место как у женщин с высшим образованием, так и без него, как у занятых в профессиональной деятельности женщин, так и у домохозяек. Роль той или иной сферы деятельности имеет значение для самоактуализации при условии эмоциональной вовлеченности в эту деятельность. И чем больше сфер, в которые женщина вовлечена эмоционально, тем сильнее у нее состояние удовлетворенности и увлеченности.

Таким образом, можно сделать вывод, что единого мнения относительно конструктивности той или иной сферы самоактуализации женщины в научной среде не сложилось – это вопрос совершенно неоднозначный, ответ на него сильно варьируется в зависимости от индивидуальных особенностей женщины, ее потребностей, склонностей и взаимоотношений с членами семьи, а так же с социально-экономическими реалиями.

1.2.2. Основные представления и идеи, транслируемые в антифеминистских интернет-сообществах

Осветив текущее видение проблемы гендерных представлений и стереотипов учеными из разных областей научного знания, мы, наконец, можем перейти на более частный уровень – к рассмотрению основных представлений и идей, транслирующихся антифеминистскими идеологами в специализированных интернет-сообществах.

На основе анализа контента интернет-сообщества «Предназначение быть Женщиной» нами были выделены следующие категории идеологических положений этого сообщества:

- 1) «Женская природа» – категория включает в себя идеологические положения, описывающие образ «настоящей женщины». Сюда относятся представления о том, какой должна быть «настоящая женщина», какие необходимо развивать женщине, что помогает, а что мешает ей быть женственной.

2) «Семья» – описывается важность наличия семьи в жизни женщины, транслируется модель гармоничных семейных взаимоотношений, даются советы по налаживанию отношений внутри семьи.

3) «Самореализация женщины» – сюда относятся положения, касающиеся основных сфер, в которых может реализовать себя женщина, а также роли работы и карьеры в жизни женщины.

Остановимся на каждой категории подробнее.

Женская природа

Основная тема, широко освещаемая антифеминистскими идеологами, - вопрос женственности. По мнению О.В. Валяевой, именно женственность (фемининность) для женщины является ключом к счастливой жизни [10].

Четкого определения женственности автор не предлагает, а, скорее, посредством описания разнообразных аспектов образа «женственной женщины» в своих статьях формирует у читателей интуитивное понимание этого понятия.

По мнению О.В. Валяевой женственность существует на четырех уровнях:

1) Женственность на физическом уровне: должна проявляться во внешнем виде – в частности, «женственным» считается гардероб, состоящий из юбок и платьев, автор предлагает женщинам постепенно отказываться от одежды-унисекс (брючных костюмов, джинсов и т.п.), а также от слишком вызывающей одежды. О.В. Валяева провела интернет-опрос на эту тему, в котором участвовало более 15 тысяч женщин разных возрастов. Результаты ее исследования показали, что женщины, предпочитающие более «женственную» одежду имеют меньше проблем со здоровьем, более успешны в общении с близкими людьми и менее подвержены упадническому настроению, чем те, кто предпочитает одежду-унисекс [52].

Помимо одежды, к физическому уровню относится ее общая ухоженность женщины, плавность и мягкость ее движений, домашний уют.

2) Женственность на эмоциональном уровне:

Сюда автор относит все сферы, связанные с межличностными отношениями женщины (понимание и принятие других людей, умение налаживать близкие контакты, умение прощать и т.п.).

3) Женственность на интеллектуальном уровне:

Представлена стремлением женщины развиваться в «женских» дисциплинах – красоте, творчестве, семейных отношениях, домоводстве и т.п., желанием изучать жизненные законы и тягой к самосовершенствованию.

4) Женственность на духовном уровне (религиозность, духовность, благотворительность).

При этом, по мнению автора, женственной нельзя назвать женщину:

- женственность которой не развита на всех четырех уровнях;
- которая одевается вызывающе;
- которая уводит мужчину из семьи;
- которая всем пытается что-то доказать и чему-то научить;
- рядом с которой долгое время нет мужчины;
- которая живет только для себя, и намеренно отказывается от деторождения и т.п.

На основании изложенной выше модели женственности О.В. Валяева предлагает к рассмотрению ряд качеств, которые следует развивать в себе каждой женщине [52]:

1) Доброта: проявляется в способности быть гибкой и мягкой во взаимоотношениях с окружающими людьми, в частности – это проявляется в умении прощать и первой идти на примирение.

2) Простота: предполагает отказ от «умничанья», излишней оригинальности, яркого и рокового имиджа в пользу искренности и естественности.

3) Смирение: по мнению О.В. Валяевой, женская природа – это природа подчинения и послушания, которое не является унижительным или бездумным, а, скорее, больше связано с безоговорочным доверием к мужчине, находящемуся рядом. Мужчина при этом позиционируется как «старший по званию».

4) Сострадание: проявляется в умении жалеть и сопереживать слабым и беспомощным.

5) Способность хвалить других – это умение видеть в людях их лучшие черты и делать акцент именно на них.

6) Благотворительность: сюда относится не только материальная помощь страждущим, но и умение жертвовать свое время и внимание тем, кто в этом нуждается.

7) Стремление к саморазвитию (только с позволения мужа): автор утверждает, что женщина изначально тянется к новым знаниям, к самосовершенствованию. Именно этим объясняется то, что в 90% случаев аудитория тренингов, лекций и семинаров по саморазвитию состоит из женщин. Если же муж не интересуется саморазвитием или, тем более, против устремлений женщины, то, по мнению О.В. Валяевой, чаще всего такой брак обречен.

8) Верность, вера и доверие к мужу. Автор считает, что самая важная мысль, которая должна быть у женщины в голове: мне не нужно другого мужчины. По мнению О.В. Валяевой, крайне важно уметь доверять свои чувства

своему мужчине, и ни в коем случае не пытаться его переделать. Все изменения должны начинаться именно с женщины.

Исходя из всего вышесказанного можно заключить, что в антифеминистских интернет-сообществах транслируются довольно строгие гендерные стереотипы о том, какие модели поведения характеризуют «настоящую», «женственную» женщину, а какие совершенно не соотносятся с этим эталоном. Теоретически, это может привести к кризису идентификации женщины, чья модель поведения отдалена от транслируемого эталона.

Семья

Семья женщины, по мнению антифеминистских идеологов, является основным предназначением женщины, а самым главным человеком в ее жизни считается муж [52].

«Гражданский» брак встречает негативный отклик со стороны идеологов антифеминистских сообществ [52]. Они приводят стандартные аргументы против института «гражданского» брака, и считают такие отношения, в большинстве случаев, обреченными на провал: женщина считает себя замужней, мужчина – свободным, и в первую очередь – от ответственности .

Для гармоничного развития семейных взаимоотношений женщине предлагается избрать служение как форму взаимодействия с мужем: оно выражается в заботе о супруге, о его душевном состоянии, в стремлении совершенствоваться ради него. О.В. Валяева отмечает, что для женщины важно реализовывать служение также и в работе, в отношениях с другими родственниками, в дружбе и в воспитании детей.

Помимо супружеских взаимоотношений и взаимодействия с детьми, в обществе большое внимание уделяется отношениям женщины с ее родителями. Авторы говорят о важности уважения и прощения в отношении отца и матери, в чем-то они это связывают с невозможностью налаживания благоприятных отношений со своей супружеской семьей, поскольку конфликты с родителями

могут «тянуть» женщину назад и останавливать ее в своем развитии, поэтому появляется вероятность того, что она будет продолжать реализовывать негативный сценарий взаимоотношений уже со своими детьми [52].

Самореализация женщины

В отличие от традиционных патриархатных взглядов, антифеминистские идеологи не считают, что мужчина более совершенен, чем женщина. О.В. Валяева подчеркивает, что роли мужчины и женщины полярно различаются, но ни одна из них не превосходит по значимости другую [52]. Тем не менее, гендерные стереотипы, характерные именно для патриархатной идеологии, активно транслируются в сообществе «Предназначение быть Женщиной».

В статьях сообщества «Предназначение быть Женщиной» ясно дается понять, что работа и карьера не должна быть центром жизни замужней женщины. Призвание женщины, по мнению Ольги Валяевой, сводится к тому, чтобы оставаться женщиной: быть матерью, женой, дочерью, подругой, «А не становиться мужчиной – коллегой, начальником, сотрудником, менеджером...» [52].

Для женщины, которая все же решила работать, предлагается соблюдать следующие условия:

— Работа не наносит ущерб дому и семье женщины. Самый благоприятный вариант работы – не более четырех часов в день.

— Дело, которым занимается женщина, ей действительно нравится – работа должна не отнимать, а, напротив, увеличивать силу и энергию женщины.

— Женщине не следует быть привязанной к работе, она должна иметь возможность уйти с нее или сменить на другую, в случае, если возникнет такая необходимость [52].

— Не стоит зарабатывать больше мужа – в обратном случае между супругами может возникнуть нездоровая конкуренция [52]

О.В.Валяева утверждает, что семья должна стать основным полем самореализации женщины [52].

Рождение детей и создание семьи – это те функции, которых, кроме женщины, никто сделать не сможет, но если она не займется этим своевременно из-за постоянной занятости на работе, то рискует упустить эту возможность. Поэтому в сообществе «Предназначение быть Женщиной» очень часто подчеркивается, что семья должна встать во главу угла в жизни женщины, а все остальное (в т.ч. – карьера) должно выстраиваться вокруг, насколько это возможно. Если девушка еще не замужем, то она может заниматься карьерой, но так, чтобы оставались силы и время на личную жизнь. Самое благоприятное, по мнению О.В. Валяевой, время для профессиональной самореализации женщины – время, когда уже выросли ее дети [52].

Однако, вопрос о том, будет ли востребованной на рынке труда женщина, решившая начать строить карьеру в зрелом возрасте, которая либо никогда не работала, либо в последний раз работала много лет назад, остается открытым. Как и вопрос о том, что делать женщине, которая в силу разных причин могла внезапно потерять кормильца и остаться с маленькими детьми на руках. Это достаточно серьезный вопрос, ответ на который важно получить женщине, которая решает придерживаться такой идеологии.

ВЫВОДЫ ПО АНАЛИТИЧЕСКОМУ ОБЗОРУ ЛИТЕРАТУРЫ

1) Ученые считают, что принадлежность человека к определенному сетевому сообществу вносит свой вклад в содержание социальной идентичности личности.

2) Они также сходятся во мнении, что тематика и набор групп в социальных сетях может дать более или менее четкое представление о жизни и интересах пользователя, состоящего в них.

3) В научной среде не сформировалось единого мнения относительно того, какое направление женской самоактуализации является наиболее конструктивным – реализация в профессиональной сфере деятельности или же на семейном поприще. Аргументы сторонников как первой, так и второй точек зрения достаточно интересны и не превосходят друг друга по рациональности.

4) Существует два полярных подхода к пониманию гендерных представлений: патриархатный (традиционный) и эгалитарный. Традиционные представления часто переходят в гендерные стереотипы, способствующие процветанию полового неравенства в обществе и возникновению кризисов гендерной идентичности.

5) В антифеминистских интернет-сообществах участникам транслируются гендерные стереотипы с патриархатным содержанием, при этом отрицается превосходство одного пола над другим, что характерно именно для эгалитарного подхода. Соответственно, антифеминистская идеология сочетает в себе элементы как патриархатного, так и эгалитарного подходов.

ГЛАВА 2. МЕТОДИЧЕСКИЕ ПОХОДЫ К ИЗУЧЕНИЮ СОЦИАЛЬНО-ПСИХОЛОГИЧЕСКИХ ОСОБЕННОСТЕЙ ЖЕНЩИН, СОСТОЯЩИХ В АНТИФЕМИНИСТСКИХ ИНТЕРНЕТ-СООБЩЕСТВАХ

2.1. Этапы эмпирического исследования социально-психологических особенностей женщин, состоящих в антифеминистских интернет-сообществах

Исследование социально-психологических факторов преодоления критических жизненных ситуаций предпринимательницами проводилось в 2014-2016 годах и состояло из 4 этапов.

На первом этапе была означена тема исследования и составлена его программа: определены объект, предмет, цели, задачи, сформулированы гипотезы исследования.

На втором этапе исследования был проведен обзор литературы по изучаемой проблеме, выполнены анализ и обобщение результатов отечественных и зарубежных исследований по проблемам интернет-коммуникации. На основе имеющихся в нашем распоряжении источников, был проведен анализ основных идей и представлений, транслируемых в антифеминистских интернет-сообществах. Также нами было осуществлено планирование эмпирического исследования, подобран методический инструментарий, методы сбора информации и обработки данных.

На третьем этапе проводилось исследование социально-психологических особенностей женщин, состоящих в антифеминистском интернет-сообществе «Предназначение быть Женщиной».

На четвертом этапе были проведены статистическая обработка, анализ, обобщение и интерпретация полученных данных, описаны результаты исследования, сделаны общие выводы и разработаны практические рекомендации.

2.2. Программа исследования социально-психологических особенностей женщин, состоящих в антифеминистских интернет-сообществах

Целью нашего исследования является изучение социально-психологических особенностей женщин, состоящих в антифеминистских интернет-сообществах.

Предметом исследования являются социально-психологические особенности женщин, которые являются участницами антифеминистского интернет-сообщества «Предназначение быть Женщиной».

Объектом исследования выступают участницы антифеминистского интернет-сообщества «Предназначение быть Женщиной».

В эмпирическом исследовании приняло участие 85 женщин разных возрастных групп, кроме того, был произведен анализ жизненных историй еще 55 женщин, состоящих в этом сообществе.

Основная гипотеза исследования нами сформулирована следующим образом: приверженность женщин к антифеминистским идеям связана с такими социально-психологическими особенностями, как социальная адаптация, позитивный взгляд на жизнь, особенности жизненного пути и профессиональная мотивация.

Частные гипотезы:

1) Существует ряд особенностей жизненного пути, который объединяет женщин, вступивших в антифеминистские интернет-сообщества и разделяющих антифеминистскую идеологию.

2) В жизни женщин, заинтересовавшихся антифеминистскими представлениями и идеями, имел место внутрличностный конфликт, выражающийся в резком несоответствии прошлых ценностей и представлений тем ценностям,

которые женщины впоследствии приняли, вступив в сообщество «Предназначение быть Женщиной».

3) Степень включенности в антифеминистское сообщество связана с социально-демографическими характеристиками личности: возрастом, уровнем образования, местом проживания и др.

4) Уровень социально-психологической адаптации ниже у тех участниц антифеминистского интернет-сообщества, которые вступили в него относительно недавно, чем у женщин с более длительным участием в нем.

5) Чем более женственной (фемининной) считает себя женщина, тем выше уровень ее оптимизма и эмоционального комфорта, тем более выражена ее способность к принятию себя и других людей.

6) Чем более женщины включены в антифеминистское интернет-сообщество, тем ниже их карьерная мотивация.

Для осуществления поставленной цели и проверки выдвинутых гипотез были сформулированы следующие задачи исследования:

1) Провести теоретический анализ особенностей социальной коммуникации в интернет-среде (в частности – в социальных сетях).

2) Обозначить основные идеи и представления, транслируемые в антифеминистских интернет-сообществах.

3) Выявить социально-психологические особенности женщин, вступивших в антифеминистские интернет-сообщества.

4) Выявить особенности жизненного пути, которые объединяют женщин, включенных в антифеминистские интернет-сообщества.

5) Определить у женщин-участниц опроса уровень их включенности в антифеминистские интернет-сообщества.

6) Изучить уровень и структуру профессиональной мотивации участниц антифеминистских интернет-сообществ.

7) Определить уровень оптимизма у женщин, включенных в антифеминистские интернет-сообщества.

8) Провести статистический анализ полученных эмпирических данных.

9) Разработать практические рекомендации для психологических служб, консультирующих женщин с невысокой удовлетворенностью жизнью, а также для специалистов, занимающихся карьерным консультированием .

2.3. Организация исследования. Описание выборки

Общий объем выборки. В качестве объекта исследования выступили 85 женщин-участниц антифеминистского интернет-сообщества «Предназначение быть Женщиной» в возрасте от 18 до 50 лет. Основным критерием отбора в основную группу являлась принадлежность к сообществу «Предназначение быть Женщиной» (т.е. либо членство в одноименной группе социальной сети «ВКонтакте» (<https://new.vk.com/tobewoman>), либо участие в качестве зарегистрированного пользователя на форуме сообщества (<http://www.valyaeva.ru/forum/>)).

Выборка имеет следующие характеристики:

1) возрастные характеристики (таблица 1 и рис. 1);

Таблица 1. Возрастные особенности выборки

Возраст:	Количество женщин:	 <ul style="list-style-type: none">■ младше 20 лет■ 21 - 30 лет■ 31 - 40 лет■ 41 - 50 лет
младше 20 лет	8	
21 - 30 лет	56	
31 - 40 лет	20	
41 - 50 лет	3	

Рис. 1. Возраст

Как мы видим, выборку, преимущественно, составляют женщины репродуктивного возраста от 21 до 40 лет (87%).

2) характеристика семейного положения (таблица 2 и рис. 2);

Таблица 2. Характеристика выборки по семейному положению

Семейное положение:	Количество женщин:
не замужем	25
в неофициальном браке	12
в официальном браке	38
в разводе	12



- не замужем
- в неофициальном браке
- в официальном браке
- в разводе

Рис. 2. Семейное положение

По результатам анкетирования были получены данные о семейном положении участниц исследования. Так, 45% женщин замужем, 29% никогда не были в браке, 14% разведены, 12% живут в неофициальном браке.

3) наличие детей (таблица 3 и рис. 3);

Таблица 3. Характеристика выборки по количеству детей

Количество детей:	Количество женщин:
нет детей	47
1 ребенок	20
2 ребенка	16
3 или более детей	4



- 0
- 1
- 2
- 3 или более

Рис. 3. Количество детей

У 53% выборки нет детей, 24% имеют одного ребенка, 19% имеют двух детей, 5% выборки являются многодетными матерями, которые имеют трех или более детей.

4) уровень образования (таблица 4 и рис. 4);

Таблица 4. Характеристика выборки по уровню образования

Образование:	Количество женщин:
законченное среднее (школа)	4
среднее специальное	6
незаконченное высшее (студенты)	13
высшее	52
2 или более высших образования	12

- среднее
- среднее специальное
- незаконченное высшее
- высшее
- 2 или более высших образования

Рис. 4. Уровень образования

Большая часть женщин в выборке (60%) получило высшее образование (имеют звание бакалавра, магистра или специалиста), 15% составляют студентки, 13% - женщины, получившие 2 или более высших образования, 7% составляют люди со средним специальным образованием, 5% – женщины, имеющие только школьное образование.

5) род деятельности (таблица 5 и рис. 5);

Таблица 5. Характеристика выборки по роду деятельности

Род деятельности:	Количество женщин:
работающие	49
домохозяйки	24
студентки	7
временно не работающие	7

- работающие
- домохозяйки
- студентки
- временно не работающие

Рис. 5. Род деятельности

Мы выяснили, что большинство опрошенных женщин (56%) работают, 28% занимаются только домашним хозяйством, не имея постоянной работы, 8% не работают, являясь студентками различных учебных заведений, 8% временно не работают (в поиске работы/в декретном отпуске).

б) место проживания (таблица 6 и рис. 6).

Таблица 6. Характеристика выборки по месту проживания

Характеристика поселения:	Количество женщин:
Города, обладающие столичным статусом	33
Города-миллионеры, не имеющие столичного статуса	34
Небольшие города и поселения	20

- Города со столичным статусом
- Города-миллионеры без столичного статуса
- Небольшие города и поселения

Рис. 6. Место проживания

Как мы видим, 39% опрошенных женщин проживают в городах-миллионерах, не имеющих столичного статуса, 38% проживают в городах, обладающих столичным статусом, 23% женщин проживают в небольших поселениях.

Исходя из представленных данных, мы можем сделать вывод, что большую часть выборки представляют незамужние работающие женщины с высшим образованием в возрасте от 21 до 40 лет, не имеющие детей или имеющие только одного ребенка, проживающие в больших городах.

Таким образом, использование дополнительно разработанной нами анкеты позволило более точно описать выборку.

Перед непосредственным сбором эмпирических данных нами была тщательно изучена каждая персональная страница потенциальной испытуемой. Критериями отбора женщины в выборку являлись следующие показатели:

- Активность пользователя (женщина периодически посещает свою персональную страницу, размещает на ней свежие записи).
- Не анонимность пользователя (использование настоящей фотографии и реального имени на персональной странице, максимальная открытость персональных данных пользователя).
- Соответствие контента страницы полу пользователя.

После того, как потенциальный респондент был отобран нами в соответствии с вышеперечисленными критериями, ему в режиме онлайн предлагался пакет методик с диагностическим материалом, по каждой методике давалась подробная инструкция для ее заполнения.

2.4. Методы исследования

В процессе исследования нами были использованы следующие эмпирические психодиагностические методы:

- авторская анкета, диагностирующая степень включенности женщины в изучаемое интернет-сообщество, а также выявляющая социально-демографические характеристики личности;
- контент-анализ жизненных историй;
- опросник «Якоря карьеры» (Э. Шейн, адаптирован В.А.Чикер, 1998);
- шкала «РОП» (Н.Е. Водопьянова, 2016);
- методика диагностики социально-психологической адаптации Роджерса - Даймонда «СПА» (адаптирован А.К.Осницким, 2004).

Ниже мы приводим описание диагностических методов исследования.

Анкетный опрос (см. Приложение А)

Основная цель анкетного опроса – измерить различные аспекты включенности женщин в антифеминистское интернет-сообщество. Эти аспекты раскрывают вопросы 1 – 5, по их результатом вычислялся интегральный показатель включенности женщин в сообщество

Сопутствующие цели:

- измерить социально-демографические характеристики личности испытуемых (вопросы «Возраст», «Образование», «Город/населенный пункт», «Семейное положение», «Род деятельности», «Количество детей»);
- выявить гендерные представления респондентов для сопоставления их с идеями, которые транслируются в антифеминистских интернет-сообществах (вопросы 6 – 11).

Контент-анализ жизненных историй

Материалом для анализа послужили жизненные истории 55 участниц антифеминистского сообщества «Предназначение быть Женщиной», разделяю-

щих его ценности и идеи. Эти истории были написаны женщинами по инициативе администрации сообщества. Они размещены на официальном сайте сообщества [52]. В большинстве историй содержатся реальные фотографии авторов, во многих случаях истории подписаны реальными именами.

Мы анализировали предикторы вступления женщин в это сообщество, т.е. ту часть историй, в которой описываются события жизни женщин, предшествующие их вступлению в сообщество. Нашей задачей было выяснить, какие особенности жизненного пути объединяли женщин, впоследствии заинтересовавшихся антифеминистскими идеями.

Процедура контент-анализа осуществлялась в несколько этапов:

1) Тщательное изучение *55 жизненных историй* женщин, являющихся последовательницами антифеминистского интернет-сообщества и выделение внутри этих историй 222 ключевых высказываний

2) Определение *11 категорий*, по которым предоставлялась возможность классифицировать ключевые высказывания из жизненных историй (таблица 7)

Таблица 7. Категории основных событий жизненного пути активных участниц антифеминистского интернет-сообщества «Предназначение быть Женщиной»

Наименование категории	Описание
1. Маскулинные черты	Женщина утверждает, что раньше (в детстве) она была «пацанкой»: предпочитала общение с мальчиками/мужской стиль в одежде/носила короткую стрижку/отличалась боевым характером/занималась в спортивных секциях и т.п.

2. Феминистские идеи	Женщина говорит о самостоятельности, независимости. Видны признаки карьеризма, стремления к профессиональным достижениям. Нежелание вступать в брак из страха потерять свободу.
3. Родительские модель (установки)	Женщина говорит о ценностях, взглядах, и моделях поведения своей родительской семьи, которые отразились на ее мировоззрении и существенно повлияли на ее жизнь.
4. Проблемы в родительской семье	Упоминание о разводе или постоянных ссорах родителей. Алкоголизм родителей. Проблемы во взаимоотношениях с родителями (ссоры, обиды и т.п.).
5. Болезнь / смерть близкого человека	Констатация факта смерти или болезни кого-либо из близких людей
6. Проблемы со здоровьем / болезни самой женщины	Болезни, травмы, проблемы с «женским» здоровьем и т.п.
7. Проблемы во взаимоотношениях с противоположным полом (вне брака)	Неумение выстраивать гармоничные отношения с мужчинами. Расставания. Отсутствие внимания со стороны мужчин.
8. Проблемы в браке	Развод с мужем. Скандалы/ссоры/драки с мужем. Отсутствие взаимопонимания.
9. Мужчина, ищущий женственность / Замужество как стимул к развитию женственности	Встреча с мужчиной, который захотел видеть женщину женственной / Замужество стало стимулом к развитию женственности

10. Мечта о «женском счастье»	Мечта о встрече с любимым человеком, о создании семьи, рождении детей.
11. Низкая самооценка, комплексы, неуверенность в себе	Женщина вспоминает о когда-то присутствующей ей неуверенности в себе

3) Третьим шагом было проведение *экспертного анализа*. Группа экспертов состояла из 7 человек – 3 мужчин и 4 женщин, работающих в разных профессиональных сферах (юрист, продавец, архитектор, менеджер, фотограф, психолог, программист).

Экспертам в электронной форме предоставлялся список ключевых высказываний, выделенных на первом этапе проведения контент-анализа, и описание одиннадцати категорий, по которым предлагалось классифицировать эти высказывания.

Сначала эксперты знакомились с инструкцией, содержащей подробное описание процедуры экспертной оценки и правила заполнения электронной формы, затем они прочитывали описания категорий, и уже после этого приступали к прочтению ключевых высказываний и распределению каждого из них по предложенным категориям.

4) Последним этапом контент-анализа было обобщение экспертных оценок и формулирование основных выводов.

Опросник «Якоря карьеры» (Э. Шейн, адаптация В. А. Чикер, 1998)

Для выявления особенностей структуры профессиональной мотивации женщин, состоящих в антифеминистских интернет-сообществах, нами был использован опросник «Якоря карьеры» [50].

Э. Шейн выделил восемь основных карьерных ориентации («якорей»):

— *Профессиональная компетентность (ПК)*. Эта ориентация связана с наличием способностей и талантов в определенной области (научные исследования, техническое проектирование, финансовый анализ и т. д.). Человек с такой ориентацией хочет быть мастером своего дела, он бывает особенно счастлив, когда достигает успеха в профессиональной сфере, но быстро теряет интерес к работе, которая не позволяет развивать свои способности. Одновременно такой человек ищет признания своих талантов, что должно выражаться в статусе, соответствующем его мастерству. Он готов управлять другими в пределах своей компетентности, но управление не представляет для него особого интереса.

— *Менеджмент (М)*. В данном случае первостепенное значение имеют ориентация личности на интеграцию усилий других людей, полнота ответственности за конечный результат и соединение различных функций организации. С возрастом и опытом работы эта карьерная ориентация проявляется сильнее. Человек с карьерной ориентацией на менеджмент будет считать, что не достиг целей своей карьеры, пока не займет должность, на которой сможет управлять различными сторонами деятельности предприятия: финансами, маркетингом, производством продукции, разработками, продажами.

— *Автономия (независимость) (А)*. Первичная забота личности с такой ориентацией – освобождение от организационных правил, предписаний и ограничений. Ярко выражена потребность все делать по-своему: самому решать когда, над чем и сколько работать. Такой человек не хочет подчиняться правилам организации (рабочее место, время, форменная одежда). Конечно, каждый человек в некоторой степени нуждается в автономии, однако если такая ориентация выражена сильно, то личность готова отказаться от продвижения по службе или от других возможностей ради сохранения своей независимости. Такой человек может работать в организации, которая обеспечивает достаточную степень свободы, но не будет чувствовать серьезных обязательств или преданности организации и будет отвергать любые попытки ограничить его автономию.

— *Стабильность*. Эта карьерная ориентация обусловлена потребностью в безопасности и стабильности для того, чтобы будущие жизненные события были предсказуемы. Различают два типа стабильности – стабильность места работы и стабильность места жительства. *Стабильность места работы (СМР)* подразумевает поиск работы в такой организации, которая обеспечивает определенный срок службы, имеет хорошую репутацию (не увольняет рабочих), заботится о своих работниках после увольнения и платит большие пенсии, выглядит более надежной в своей отрасли. Человек с такой ориентацией ответственность за управление карьерой перекладывает на нанимателя. Он будет совершать какие угодно географические передвижения, если того потребует компания. Человек второго типа, ориентированный на *стабильность места жительства (СМЖ)*, связывает себя с географическим регионом, «пуская корни» в определенном месте, вкладывая сбережения в свой дом, и меняет работу или организацию только тогда, когда это предотвращает его «срывание с места». Люди, ориентированные на стабильность, могут быть талантливыми и занимать высокие должности в организации, но, предпочитая стабильную работу и жизнь, они откажутся от повышения, если оно грозит риском и временными неудобствами, даже в случае широко открывающихся возможностей роста.

— *Служение (СЛ)*. Основными ценностями при данной ориентации являются «работа с людьми», «служение человечеству», «помощь людям», «желание сделать мир лучше» и т. д. Человек не будет работать в организации, которая враждебна его целям и ценностям, и откажется от продвижения или перевода на другую работу, если это не позволит ему реализовать главные ценности жизни.

— *Вызов (В)*. Основные ценности при карьерной ориентации данного типа – конкуренция, победа над другими, преодоление препятствий, решение трудных задач. Человек ориентирован на то, чтобы бросать вызов. Социальная ситуация чаще всего рассматривается с позиции «выигрыша-проигрыша». Но-

визна, разнообразие и вызов имеют для людей с такой ориентацией очень большую ценность, и, если все идёт слишком просто, им становится скучно.

— *Интеграция стилей жизни (ИСЖ)*. Человек ориентирован на интеграцию различных сторон образа жизни. Он не хочет, чтобы в его жизни доминировала только семья, или только карьера, или только саморазвитие. Он стремится к тому, чтобы все это было сбалансировано. Такой человек больше ценит свою жизнь в целом – где живет, как совершенствуется, чем конкретную работу, карьеру или организацию.

— *Предпринимательство (П)*. Человек с такой карьерной ориентацией стремится создавать что-то новое, он хочет преодолевать препятствия, готов к риску. Он не желает работать на других, а хочет иметь свою марку, свое дело, свое финансовое богатство. Для него главное – создать дело, концепцию или организацию, построить ее так, чтобы это было продолжением его самого, вложить туда душу. Предприниматель будет продолжать свое дело, даже если сначала он будет терпеть неудачи и ему придется серьезно рисковать.

В нашей работе мы учитывали интегральный показатель всех шкал, характеризующий *общую мотивационную активность личности (ОМА)* в профессиональной деятельности.

Шкала «РОП» - реализм-оптимизм-пессимизм (Н.Е. Водопьянова, 2016)

Бланк опросника представлен в Приложении Б.

Методика направлена на выявление личностных факторов, способствующих стрессоустойчивости. В структуру стрессоустойчивости как сложного личностного конструкта входят мировоззренческие и установочные факторы, такие как позитивное мироощущение, жизнерадостность, уверенность и конструктивная активность в трудных жизненных ситуациях, требующих сохранения стойкости, мужества и веры в их положительное разрешение. Позитивное

мироощущение и жизнерадостность являются важными атрибутами психосоциального здоровья человека. Они могут быть описаны в категории оптимизма.

В результате анализа и обобщения научной литературы оптимизм можно определить как устойчивую личностную позицию уверенности человека в преодолении жизненных трудностей или невзгод, уверенности в их временном характере, основанная на вере в силу человеческой природы и в собственные ресурсы [11]. По мнению Н.Е. Водопьяновой, оптимизм как система позитивных отношений, жизнерадостного мировосприятия и мировоззрения представляет собой активную жизненную позицию личности, которая оказывает влияние на выбор адаптивных моделей поведения, ролевую позицию и устойчивость к психологическому стрессу и является важной составляющей психологического здоровья личности. Оптимизм как системное качество может иметь различные формы и внутриличностные детерминанты. В связи с этим диагностика оптимизма должна быть направлена не только на выявление степени оптимистического настроения, но также и на активность преобразующего (преодолевающего) поведения, способствующего социальной адаптации и удовлетворенности качеством жизни.

Новый вариант шкалы «РОП» – новая версия методики AOS, построенной на основе двухфакторной модели активной жизненной позиции: активности и оптимизма [82].

Валидизация опросника осуществлялась с помощью сопоставления результатов шкалы и анкетирования студентов технических и гуманитарных вузов в количестве 150 человек. С помощью анкеты оценивались установки и умонастроение студентов относительно преодоления настоящих и будущих трудностей в шести значимых сферах их жизнедеятельности: образование, будущая работа, профессиональная карьера, семья, социальная адаптация (контакты), удовлетворенность качеством жизни.

Интерпретация результатов. Оптимизм в методике понимается как предрасположенность человека верить в свои силы и успех, иметь преимущественно положительные ожидания от жизни и других людей. «Оптимисты», как правило, экстравертированы, доброжелательны и открыты для общения. Для противоположной категории людей, «пессимистов», свойственны сомнения в своих силах и доброжелательности других людей, ожидание неудачи, стремление избегать широких контактов, замкнутость на своем внутреннем мире (интровертированность). Под активностью в данном контексте понимается энергичность, жизнерадостность, беспечность, безмятежность и склонность к риску. Пассивность проявляется в тревожности, боязливости, неуверенности в себе и нежелании что-либо делать.

Методика диагностики социально-психологической адаптации Роджерса-Даймонда «СПА» (адаптация А.К.Осницкого, 2004).

Теоретической информации по методике СПА опубликовано крайне мало. Известно, что опросник социально-психологической адаптации был создан в США К. Роджерсом и Р. Даймонд в 1954 году [81]. Первой русскоязычной версией опросника была адаптация Т.В. Снегиревой (1987 г.), и только в 2004 году А.К. Осницкий опубликовал обновленную версию методики в журнале «Психология и школа» [47], оказавшуюся несколько популярнее первого варианта. Однако, А.К. Осницкий подчеркивает, что, к сожалению, в отечественных вариантах методики измеряемые показатели недостаточно нормированы.

Стимульный материал методики состоит из 101 утверждения, написанными от третьего лица единственного числа без включения местоимений. В методике предусмотрена дифференцированная семибальная шкала ответов.

Авторами выделяются 6 интегральных показателей социально-психологической адаптации, каждый из которых рассчитывается по индивидуальной формуле. Эти показатели, в свою очередь, состоят из двух полярных шкал:

- «Адаптация» (АД):
 - Адаптивность (АДТЬ)
 - Деадаптивность (ДТЬ)
- «Принятие других» (ПРД):
 - Принятие других (ПРД2)
 - Непринятие других (НДР)
- «Интернальность» (ИНТ):
 - Внутренний контроль (ВНУК)
 - Внешний контроль (ВНЕК)
- «Самопринятие» (СП):
 - Принятие себя (СП2)
 - Непринятие себя (НС)
- «Эмоциональный комфорт» (ЭК):
 - Эмоциональный комфорт (ЭК2)
 - Эмоциональный дискомфорт (ЭД)
- «Стремление к доминированию» (СД):
 - Доминирование (ДОМ)
 - Ведомость (ВЕД)

Интерпретация полученных результатов должна осуществляться в соответствии с нормативными данными, которые были рассчитаны отдельно для детей и подростков, и отдельно для взрослых. Однако, в связи с тем, что показатели методики недостаточно нормированы, вследствие обработки возможно получить лишь три варианта выраженности того или иного показателя – это «высокий уровень», «низкий уровень» и «зона неопределенности». Подобная дифференциация нас не устраивает, в связи с чем в корреляционный анализ нами были включены «сырые» данные.

Таким образом, наш методический инструментарий предполагает изучение особенностей социально-психологической адаптации, оптимизма, карьер-

ной мотивации, а также социально-демографических характеристик участниц антифеминистских интернет-сообществ.

2.5. Методы статистической обработки результатов

Обработка полученных в ходе эмпирического исследования данных проводилась в статистическом пакете IBM SPSS Statistics 23, с использованием следующих методов:

- U-критерий Манна-Уитни;
- анализ нормальности распределения с помощью одновыборочного критерия Колмогорова-Смирнова;
- дисперсионный анализ (ANOVA);
- корреляционный анализ с применением коэффициента Спирмена.

ГЛАВА 3. РЕЗУЛЬТАТЫ ИССЛЕДОВАНИЯ И ИХ ОБСУЖДЕНИЕ

3.1. Особенности жизненного пути, объединяющие участниц антифеминистских интернет-сообществ

По итогам классификации независимыми экспертами высказываний из жизненных историй женщин, впоследствии вступивших в антифеминистское интернет-сообщество «Предназначение быть Женщиной», по категориям, выделенным нами в процессе контент-анализа, были получены следующие результаты (рис. 7):

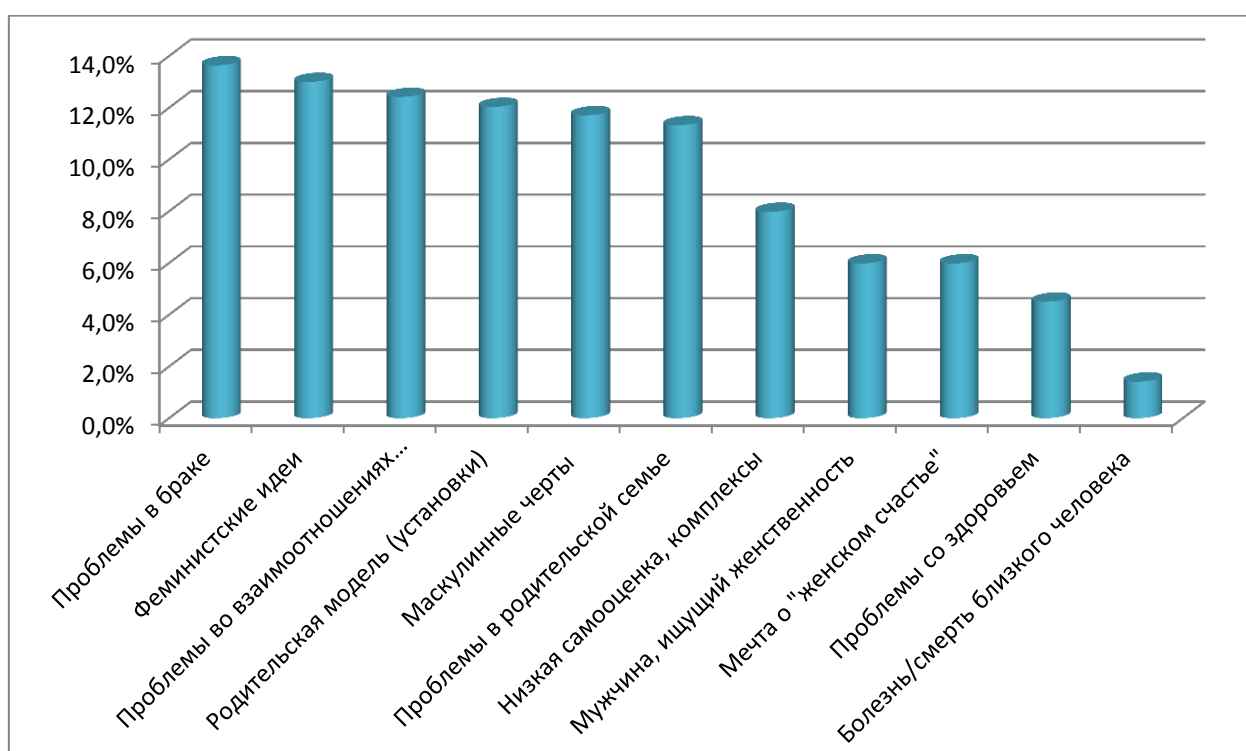


Рис. 7. Соотношение особенностей жизненного пути активных участниц антифеминистского интернет-сообщества «Предназначение быть Женщиной» (в %)

Количество экспертных выборов по каждой категории представлено в приложении В.

Событийно-биографический анализ событий жизненного пути, предшествующих вступлению женщин в антифеминистские интернет-сообщества, позволил выявить его наиболее распространенные особенности. Среди них вы-

деляются 6 ведущих и примерно одинаковых по частоте встречаемости жизненных особенностей:

- 1) проблемы в браке;
- 2) феминистские идеи;
- 3) проблемы во взаимоотношениях с противоположным полом;
- 4) родительские установки;
- 5) маскулинные черты;
- 6) проблемы в родительской семье.

Выяснилось, что самой распространенной общей чертой жизненного пути участниц антифеминистских интернет-сообществ являются прошлые проблемы во взаимоотношениях в браке (особенность 1): женщины отмечали отсутствие взаимопонимания с мужем, неудовлетворенность различными аспектами семейных отношений, супруги часто ссорились, скандалили и, в некоторых случаях, даже дрались. У некоторых женщин проблемы во взаимоотношениях с мужем в конечном итоге приводили к разводу.

Проблемы во взаимоотношениях с противоположным полом часто не ограничивались проблемами в семейной жизни с законным мужем. Многие женщины отмечали, что до брака или после развода им в принципе не удавалось поддерживать гармоничные взаимоотношения с мужчинами (особенность 3). Порой это выражалось в том, что женщина не могли найти партнера для установления близких контактов (мужчины либо не обращали на нее внимания, либо не подходили ей, или в конечном итоге разрывали с ней отношения), а иногда, наоборот, это проявлялось в постоянной смене сексуальных партнеров, в «использовании» мужчин.

Существенный вес набрала категория «Феминистские идеи» (особенность 2). В прошлом, до того как эти женщины приняли антифеминист-

ские взгляды, они придавали большую ценность своей самостоятельности и независимости от мужчин. Для них особый интерес представляла самореализация в сфере профессиональных достижений, и тогда семейные ценности либо отодвигались на второй план, либо не рассматривались вовсе. Кроме того, некоторые женщины опасались вступать в брак именно из страха посягательства на их свободу. В изучаемом же нами сообществе независимость отождествляется с одиночеством [52] (вместо этого предлагается мыслить категорией самодостаточности), а профессиональная самореализация в ущерб семейной сфере достаточно сильно порицается. Соответственно, наблюдается переход женщины от одной ценностной системы к кардинально противоположной. Как видно по гистограмме (рис. 7), категория «Феминистские идеи» составляет 13% выборов, тогда как категория «Мечта о «женском счастье» набрала 6% экспертных выборов (соотношение выборов $\approx \frac{1}{2}$), т.е. часто женщина внешне демонстрирует приверженность феминистским взглядам и ценностям, в глубине души мечтая о совершенно противоположном образе жизни. Из двух вышеизложенных положений, можно заключить, что у многих женщин, заинтересовавшихся антифеминистскими представлениям и идеями, имел место внутриличностный конфликт. Он выражался:

— в резком несоответствии прошлых ценностей и представлений тем, которые женщины впоследствии приняли, вступив в сообщество «Предназначение быть Женщиной»;

— в несоответствии декларируемых ценностей и идей истинным желаниям и мечтам женщины.

Т.е. *частная гипотеза №2* («В жизни женщин, заинтересовавшихся антифеминистскими представлениям и идеями, имел место внутриличностный конфликт») подтвердилась.

В качестве еще одного подтверждения этого вывода может служить факт того, что во многих случаях женщины, вступившие в сообщество, в котором

культивируется ценность женственности (феминности), вспоминают, что в детстве они были «пацанками», отличающимися боевым характером, предпочитавшими общение с мальчиками контактам с девочками, мужской стиль в одежде – женственному, короткую стрижку – длинным волосам и т.п. – т.е. демонстрирующими маскулинность своим поведением (особенность 5).

Часто в своей жизненной истории женщина старается разделить ответственность за происходящие с ней события с кем-то из старших родственников, осознанно или неосознанно транслировавших ей определенные идеи, взгляды, ценности и модели поведения, которые интериоризировались женщиной и в результате существенно повлияли (часто – деструктивно) на ее мировоззрение и дальнейшую жизнь (особенность №4). У многих участниц в родительской семье возникали достаточно серьезные проблемы (особенность №6) – они вспоминают о частых и тяжелых конфликтах с родными, о разводе и/или алкоголизме одного или обоих родителей сразу.

Обобщая вышеизложенные результаты, мы приходим к выводу, что *частная гипотеза №1* («Существует ряд особенностей жизненного пути, который объединяет женщин, вступивших в антифеминистские интернет-сообщества и разделяющих антифеминистскую идеологию») подтвердилась: мы выявили, что многих женщин, вступивших в сообщество «Предназначение быть Женщиной», объединяют такие особенности их жизненного пути как проблемы во взаимоотношениях с противоположным полом (в браке и вне его), приверженность феминистским идеям, подверженность влиянию родительских установок, маскулинные черты во внешности и поведении, проблемы в родительской семье.

Основная гипотеза подтвердилась частично: приверженность женщин к антифеминистским идеям связана с особенностями их жизненного пути.

Просим еще раз обратить внимание на то, что анализ жизненных историй был направлен на поиск и изучение тех особенностей жизненного пути жен-

щин, которые предшествовали их вступлению в антифеминистские интернет-сообщества. Для нас представлял интерес вопрос – что объединяло женщин, которые на определенном этапе своей жизни решили войти в антифеминистское сообщество? Следовательно, нельзя утверждать, что выделенные нами категории характеризуют актуальные на текущий момент события и особенности жизни участниц изучаемого сообщества.

3.2. Социально-демографические характеристики женщин и степень их включенности в антифеминистские интернет-сообщества

Прежде, чем приступить к описанию результатов математического анализа, необходимо отметить, что нами была проведена проверка нормальности распределения всех эмпирических данных (см. Приложения Г–М). Выяснилось, что распределение большинства измеренных нами признаков отличается от нормального. Отталкиваясь от этого факта, при анализе данных мы отдавали предпочтение непараметрическим критериям.

Для проверки частной гипотезы №2 («Степень включенности в антифеминистское сообщество связана с социально-демографическими характеристиками личности: возрастом, уровнем образования, местом проживания и др.») нами были использованы:

- корреляционный анализ с применением коэффициента Спирмена;
- частотный анализ;
- однофакторный дисперсионный анализ;
- U-критерий Манна-Уитни;

В результате *корреляционного анализа* с применением коэффициента Спирмена между показателями включенности женщин в антифеминистское интернет сообщество и их социально-демографическими особенностями значимых взаимосвязей обнаружено не было (см Приложение Н).

При помощи *однофакторного дисперсионного анализа (ANOVA)* мы искали различия в степени включенности женщин в изучаемое сообщество по следующим социально-демографическим характеристикам (факторам):

- возраст;
- уровень образования;
- место проживания;
- количество детей.

Ни по одному из этих факторов значимых различий обнаружено не было (см. Приложения П–Т).

Следующим нашим шагом было сравнение социально-демографических характеристик между крайними группами испытуемых с низким и с высоким уровнем включенности в сообщество. Оно проводилось при помощи *U-критерия Манна-Уитни*. Для исследования различий демографических характеристик между участницами изучаемого сообщества мы выделили 2 крайние группы, равные по объему ($N_1=13$, $N_2=13$) – группу с высокими показателями общей включенности в сообщество, и группу с низкими показателями. Интегральный показатель включенности в сообщество определяется:

- продолжительностью нахождения в сообществе (как давно женщина впервые заинтересовалась сообществом);
- активностью участия в сообществе;
- отношением к основным идеям сообщества (включая готовность передавать эти идеи своим детям);
- субъективным характером изменений в жизни женщины, наступивших, благодаря ее участию в сообществе.

Различий по социально-демографическим характеристикам в крайних группах с высоким и низким интегральными показателями включенности в общество также не было обнаружено (см. Приложение У).

Однако частотный анализ показателей по переменной «Семейное положение» позволил обнаружить существенные различия в семейном положении между крайними группами (в соответствии с рис. 8-10):

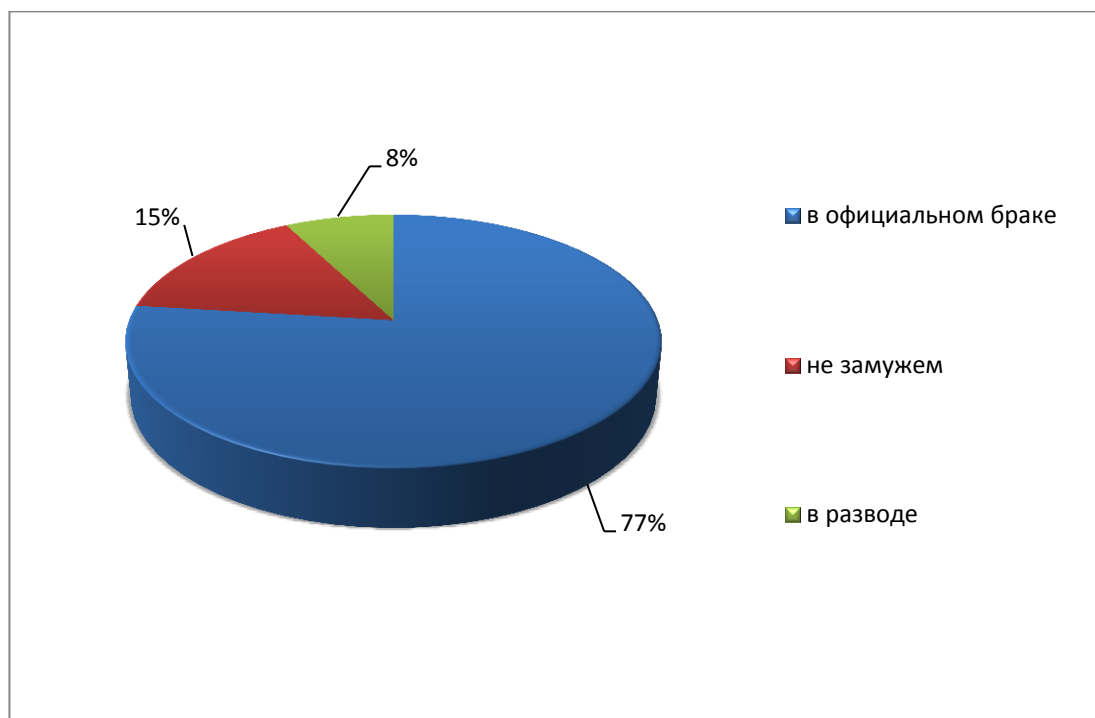


Рис. 8. Соотношение семейного положения в группе женщин с высокими показателями включенности в антифеминистское интернет-сообщество

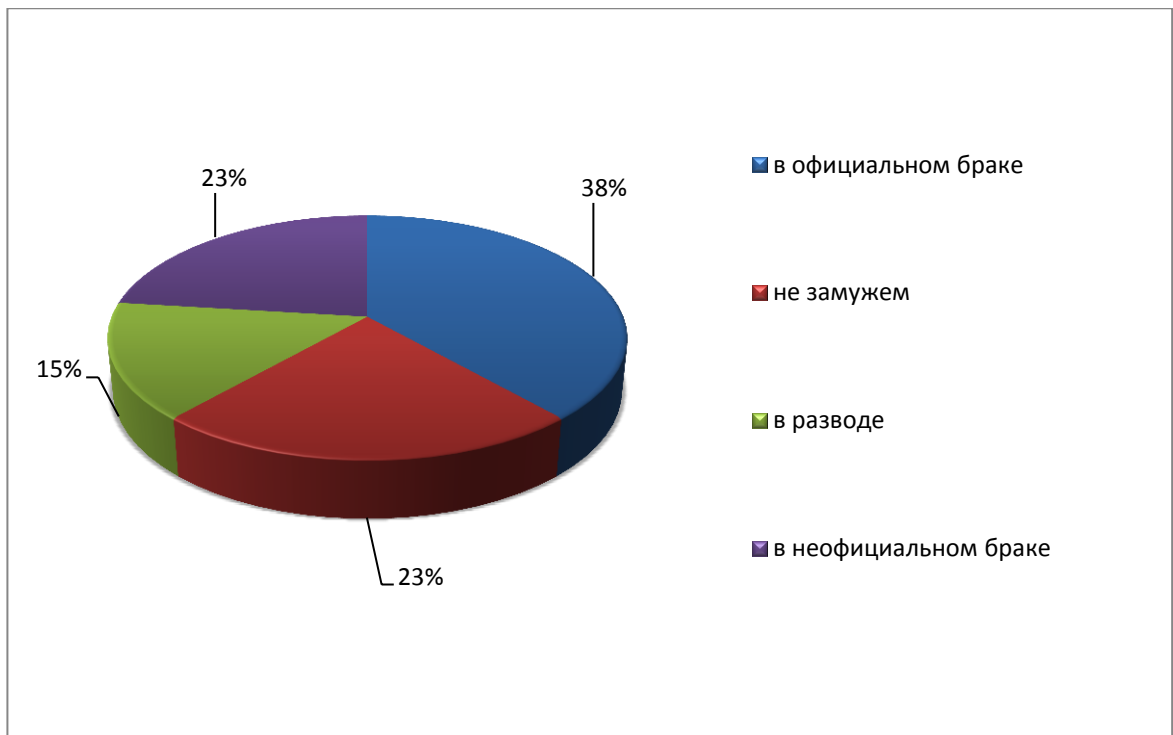


Рис. 9. Соотношение семейного положения в группе женщин с низкими показателями включенности в антифеминистское интернет-сообщество

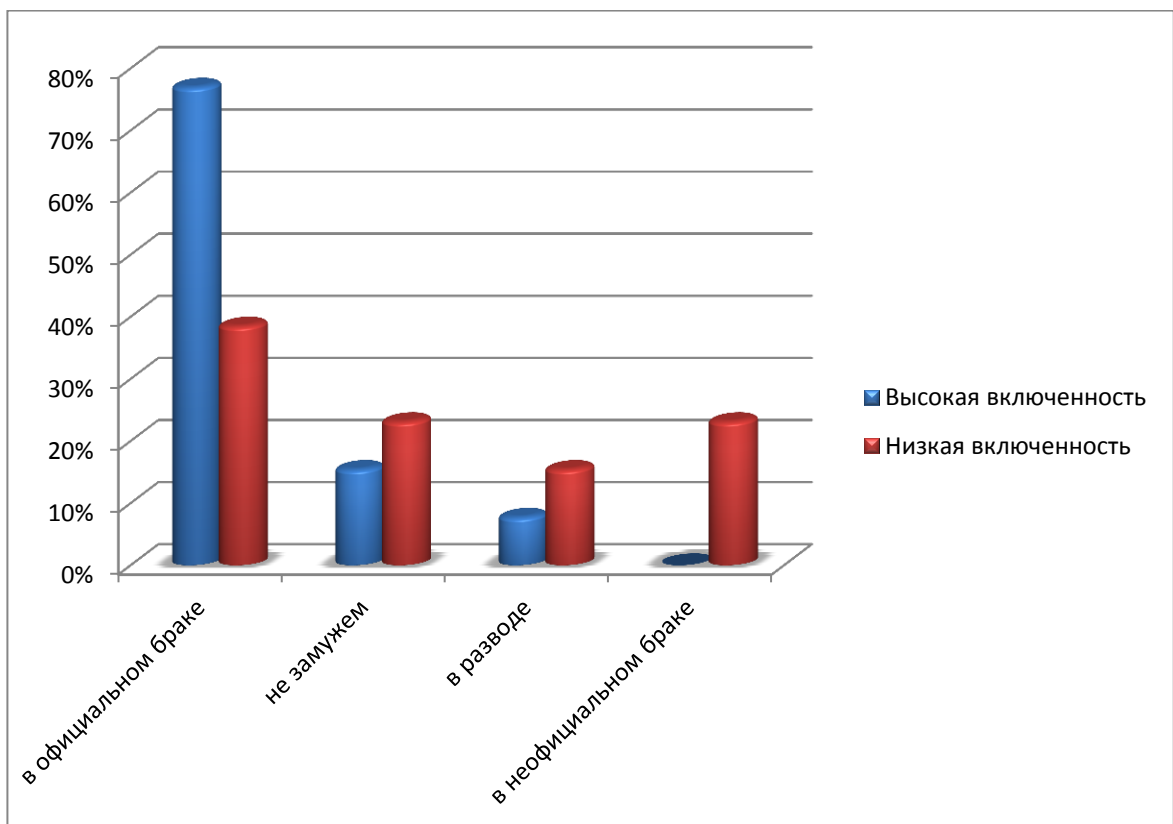


Рис. 10. Сравнительная диаграмма крайних групп с разным уровнем включенности в антифеминистское интернет-сообщество по параметру «Семейное положение»

Как мы видим, в группе с высокими показателями включенности в антифеминистское интернет-сообщество незамужних женщин мало, их доля составляет всего 23% (из них 15% никогда не были замужем, и всего лишь 8% состоит в разводе), что интересно – женщин, находящихся в неофициальном браке среди них вообще не представлено. Большая часть женщин, активно включенных в антифеминистское интернет-сообщество, состоят в официальном браке.

Среди общего количества слабоактивных участниц сообщества доля замужних женщин не достигает и половины (38%). В равной степени (23%) представлены незамужние девушки и женщины, состоящие в неофициальном браке. Процент разведенных женщин в этой группе выше – он составляет 15%.

Таким образом, можно сделать вывод, что гипотеза о взаимосвязи социально-демографических характеристик личности и степени включенности женщины в антифеминистское интернет-сообщество (*частная гипотеза №3*) частично подтвердилась – в крайних группах было обнаружено различие по качественной переменной «Семейное положение»: среди женщин, активно включенных в антифеминистское интернет-сообщество большую часть составляют женщины, состоящие в официальном браке, тогда как среди наименее активных участниц сообщества большую часть составляют незамужние женщины.

Можно предположить, что статус замужней женщины способствует ее более глубокому включению в антифеминистское интернет-сообщество, поскольку оно в достаточной степени соответствует ее актуальным интересам и потребностям. Возможно, она находит в сообществе полезную для супружеской жизни информацию, встречается единомышленниц или же просто получает подтверждение своим текущим убеждениям и взглядам, что может служить удовлетворению потребности в самоуважении и самопринятии. С другой стороны, можно предположить, что более глубокое включение в антифеминистское сообщество приводит к тому, что женщина стремится вступить в официальные супружеские отношения, поскольку в нем пропагандируются соответ-

ствующие ценности. Оба этих предположения могут стать основой для дальнейших исследований.

3.3. Особенности социально-психологической адаптации участниц антифеминистских интернет-сообществ

Для начала, обратимся к описательным статистикам характеристик социально-психологической адаптации личности участниц сообщества «Предназначение быть Женщиной» (представлены в таблице 8):

Таблица 8. Описательные статистики характеристик социально-психологической адаптации личности участниц сообщества «Предназначение быть Женщиной»

Описательные статистики характеристик социально-психологической адаптации личности участниц сообщества «Предназначение быть Женщиной»					
	N	Минимум	Максимум	Среднее	Среднекв.отклонение
АД	87	26,2	98,3	66,8	12,4
СП	87	30,4	100	80,2	12,5
ПРД	87	15,8	100	66,9	14,0
ЭК	87	17,4	100	65,4	17,4
ИНТ	87	30,8	100	64,3	12,9
СД	87	0,0	100	51,4	15,5

Опираясь на средние значения интегральных показателей социально-психологической адаптации, мы можем описать выборку женщин, состоящих в антифеминистском интернет-сообществе «Предназначение быть Женщиной», следующим образом:

Выборка в целом характеризуется средним уровнем адаптации, принятия других людей, эмоционального комфорта, интернальности и стремления к доминированию. Однако, отметим, что у большинства женщин в выборке высокий уровень самопринятия (среднее значение – 80%).

Для того, чтобы выявить взаимосвязь особенностей социально-психологической адаптации женщин с их включенностью в антифеминистское

интернет-сообщество нами был использован коэффициент корреляции Спирмена (см. Приложение Ф).

Центральным показателем включенности женщин в изучаемое нами сообщество, объединившим характеристики социально-психологической адаптации женщин, оказалась готовность прививать антифеминистские идеи своим детям (рис. 11):

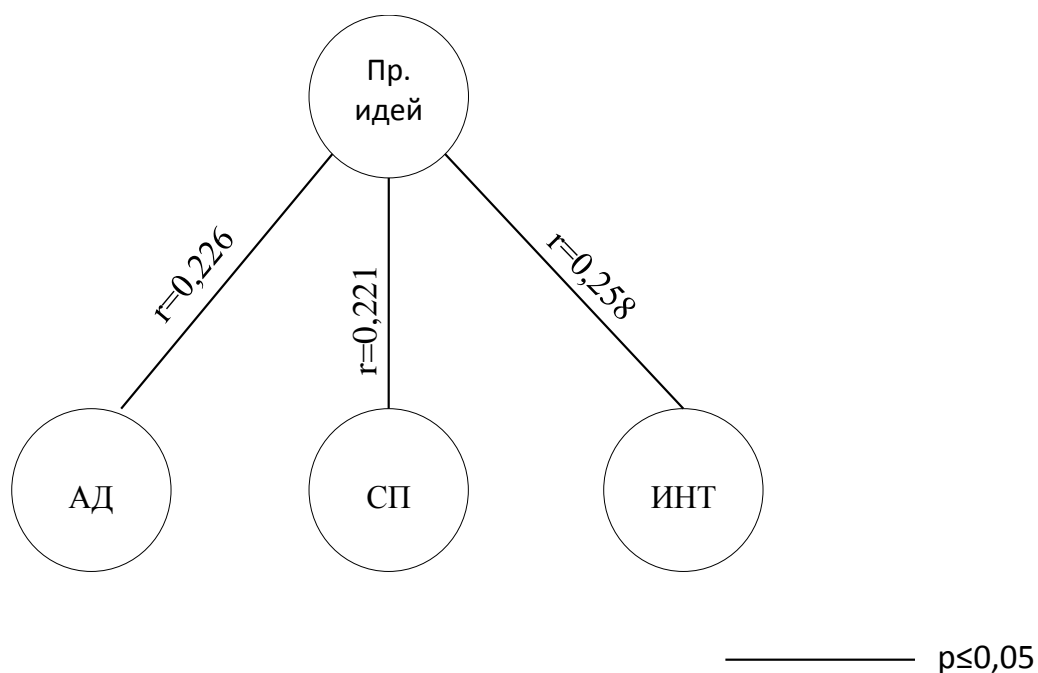


Рис. 11. Взаимосвязь показателей социально-психологической адаптации женщины с ее готовностью прививать антифеминистские идеи своим детям (r-Спирмена)

Условные обозначения: «Пр.идей» – готовность привить детям антифеминистские идеи; «АД» – Адаптация; «СП» – Самопринятие; «ИНТ» – Интернальность.

Готовность женщины передавать идеи изучаемого нами сообщества своим детям положительно коррелирует с интегральным показателем ее социально-психологической адаптации ($p \leq 0,05$), то есть чем выше уровень социально-психологической адаптации личности женщины, тем сильнее она склонна передавать детям антифеминистские идеи и ценности. Это может быть связано с

тем, что ценности антифеминистского интернет-сообщества действительно согласуются с системой ценностей самой женщины, и она считает правильным или даже необходимым передать их своим детям.

Готовность женщины передать детям антифеминистские идеи положительно коррелирует с ее уровнем самопринятия ($p \leq 0,05$), то есть чем лучше женщина принимает себя такой, какая она есть, тем более она готова транслировать систему антифеминистских ценностей своим детям.

И, наконец, готовность женщины прививать своим детям идеи изучаемого нами сообщества положительно коррелирует с ее интернальностью ($p \leq 0,05$) – чем выше уровень интернальности, тем выше готовность женщины передавать антифеминистские ценности своим детям.

Исходя из вышеизложенного, можно заключить, что социально-адаптированные, уверенные в себе женщины с внутренним локусом контроля проявляют большую готовность передавать антифеминистские идеи своим детям. *Основная гипотеза частично подтвердилась*: приверженность женщин к антифеминистским идеям связана с особенностями их социально-психологической адаптации.

Значимой связи между уровнем социально-психологической адаптации женщин и сроком их участия в антифеминистском интернет-сообществе не обнаружено (см. Приложение Ф).

Однофакторный дисперсионный анализ (ANOVA) не выявил различий в социально-психологической адаптации у испытуемых с разным стажем участия в изучаемом сообществе (см. Приложение Х), из чего следует, что *частная гипотеза №4* («Уровень социально-психологической адаптации ниже у тех участниц антифеминистского интернет-сообщества, которые вступили в него относительно недавно, чем у женщин с более длительным участием в нем) в нашем исследовании не нашла своего подтверждения.

3.4. Эмоциональное благополучие женщин с точки зрения субъективного восприятия ими своей фемининности (женственности)

Поскольку в антифеминистской идеологии проблеме женственности уделяется особо пристальное внимание, то в контексте текущей работы этот феномен представляет для нас большой интерес, поэтому в одном из анкетных вопросов мы просили наших респондентов оценить уровень своей женственности.

Для проверки *частной гипотезы №5* («Чем более женственной, т.е. фемининной, считает себя женщина, тем выше уровень ее оптимизма и эмоционального комфорта, тем более выражена ее способность к принятию себя и других людей») мы использовали корреляционный анализ с применением коэффициента Спирмена.

Со всеми результатами корреляционного анализа можно ознакомиться в Приложении Ц, на рис. 12 приведены те из них, которые представляют наибольший интерес в контексте текущего параграфа.

Субъективный уровень женственности положительно коррелирует с показателями оптимизма и активности ($p \leq 0,01$), следовательно, женщин, чувствующих себя достаточно фемининными, отличает не только жизнерадостность мировоззрения и восприятия, но и активность преобразующего (преодолевающего) поведения, которое во многом способствует социальной адаптации и удовлетворенности жизнью.

Этим можно объяснить положительную взаимосвязь уровня женственности и эмоционального комфорта, а также отрицательную связь фемининности и эмоционального дискомфорта ($p \leq 0,01$).

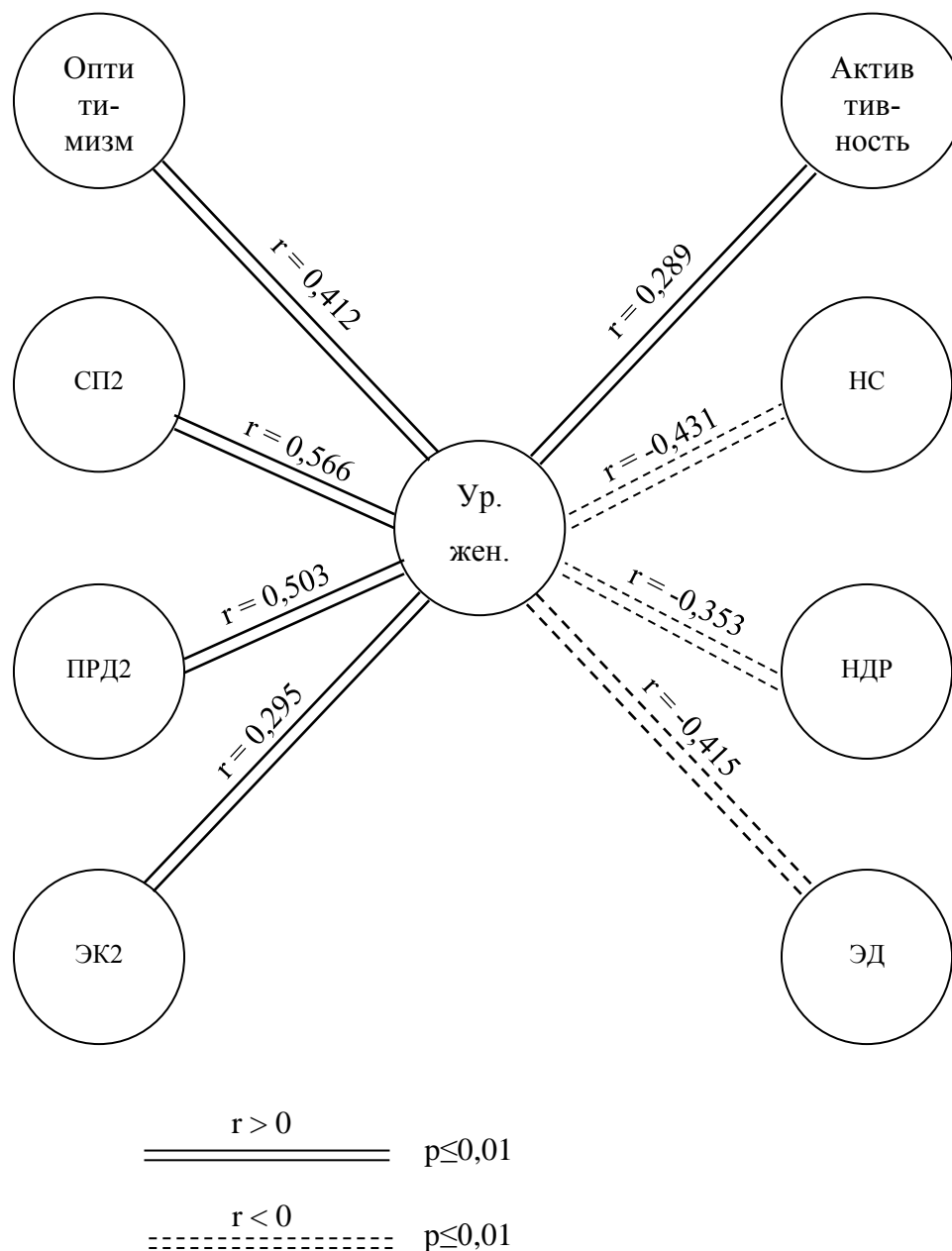


Рис. 12. Взаимосвязь уровня женственности (фемининности) женщины и характеристик ее эмоционального благополучия (r-Спирмена)

Условные обозначения: «Ур.жен» – уровень женственности (фемининности); «СП2» – самопринятие; «НС» – неприятие себя; «ПРД2» – принятие других; «НДР» – неприятие других; «ЭК2» – эмоциональный комфорт; «ЭД» – эмоциональный дискомфорт.

Субъективный уровень фемининности женщины положительно коррелирует с показателями принятия себя и других людей ($p \leq 0,01$) и отрицательно – с

непринятием себя и других ($p \leq 0,01$). Из этого следует интересный вывод: чем более женственной считает себя женщина, тем легче она принимает себя и других людей. И наоборот, чем меньше женщина способна принять себя и других, тем менее женственной она себя ощущает.

Таким образом, *частная гипотеза №5*, гласящая, что чем более женственной (фемининной) считает себя женщина, тем выше уровень ее оптимизма и эмоционального комфорта, и тем более выражена ее способность к принятию себя и других людей, полностью подтвердилась.

Основная гипотеза подтвердилась частично: приверженность женщин к антифеминистским идеям связана с их позитивным взглядом на жизнь.

3.5. Особенности карьерной мотивации участниц антифеминистских интернет-сообществ

В аналитическом обзоре основных идей и представлений, транслируемых в антифеминистских интернет-сообществах, мы описывали специфику отношения идеологов сообщества к карьере и профессиональным достижениям (карьера и профессиональные амбиции не должны выходить на первый план в структуре ценностей и деятельности женщины). На наш взгляд, подобное отношение к карьере и профессиональным достижениям, преподносимое участникам антифеминистского интернет-сообщества, может задать у них определенный вектор карьерных ориентаций, направленный в сторону уменьшения профессиональной мотивации в целом.

Для изучения взаимосвязи включенности женщин в антифеминистское интернет-сообщество и их особенностями карьерной мотивации мы использовали корреляционный анализ с применением коэффициента Спирмена. Со всеми результатами анализа можно ознакомиться в Приложении III.

На рис. 13 представлены взаимосвязи включенности женщин в антифеминистское интернет-сообщество и показателей их карьерной мотивации.

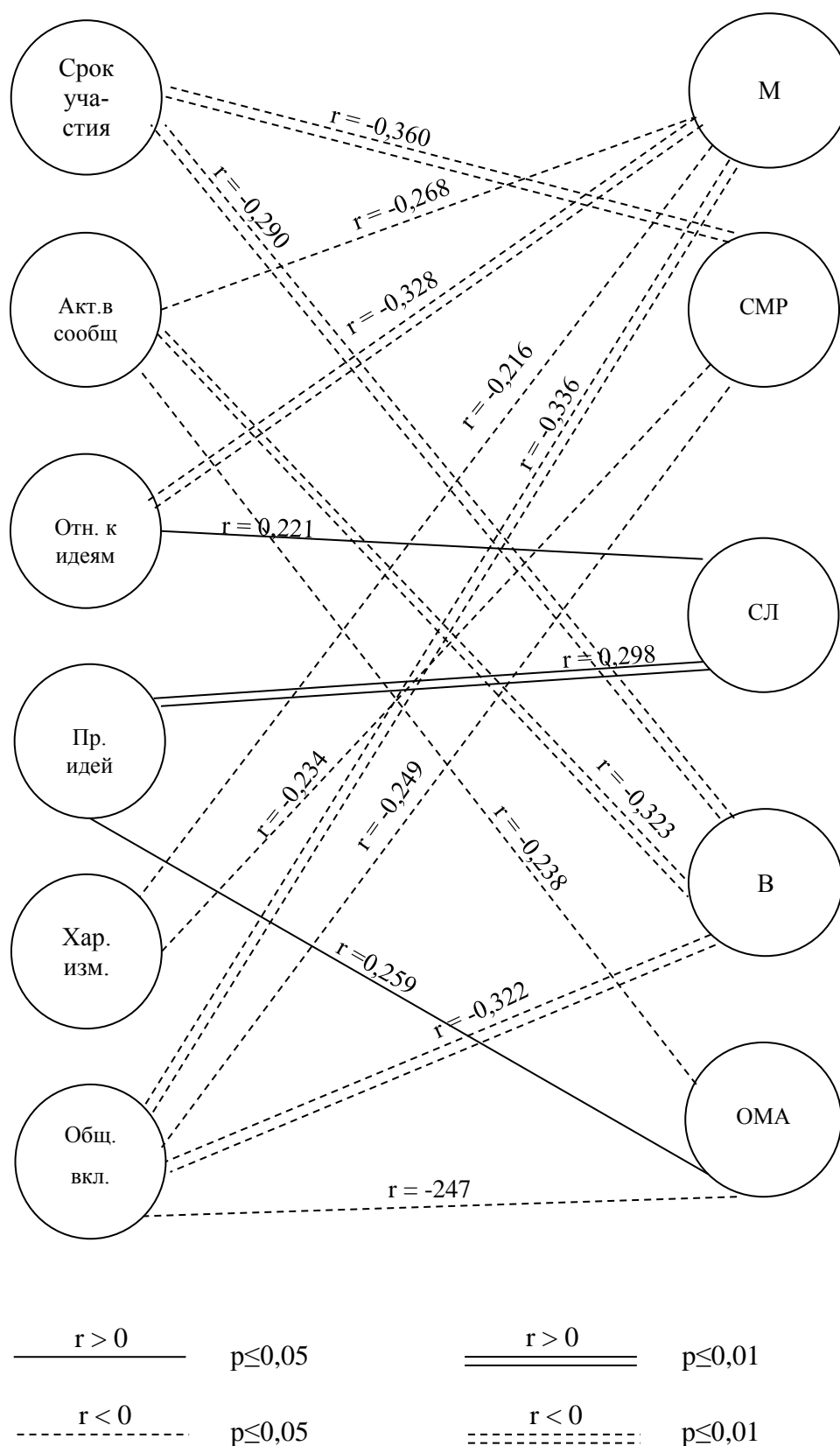


Рис. 13. Взаимосвязь характеристик включенности женщин в антифеминистское интернет-сообщество «Предназначение быть Женщиной» и показателей их карьерной мотивации (r-Спирмена)

Условные обозначения: «Акт. в сообщ.» – активность в сообществе; «Отн. к идеям» – отношение к идеям сообщества; «Пр. идей» – готовность привить детям антифеминистские идеи; «Хар. изм» – характер изменений; «Общ. вкл.» – общий уровень включенности в сообщество; «М» – менеджмент; «СМР» – стабильность места работы; «СЛ» – служение; «В» – вызов; «ОМА» – общая мотивационная активность.

Обнаружена значимая обратная связь между длительностью нахождения женщин в антифеминистском сообществе и карьерной ориентацией «Вызов» ($p \leq 0,01$), т.е. чем дольше женщина состоит в антифеминистском интернет-сообществе, тем менее выражена у нее карьерная ориентация «Вызов». Это может быть связано с тем, что данная карьерная ориентация предполагает высокую активность, проявление волевых качеств, умение действовать в условиях жесткой конкуренции. Согласно представлениям в антифеминистских интернет-сообществах, подобные условия являются естественными и конструктивными только для мужчин, женщину же такая активность делает более маскулинной, она не предназначена для подобных нагрузок [52].

Женщины, которые в течение длительного срока состоят в изучаемом сообществе» менее заинтересованы в сохранении и стабильности текущего места работы, в отличие от тех, которые провели в нем малое количество времени. Об этом говорит наличие обратной взаимосвязи между показателями «Срок участия в сообществе» и «Стабильность места работы» ($p \leq 0,01$).

В результате проведенного анализа выяснилось, что существует обратная взаимосвязь между степенью активности женщин, которые они проявляет в сообществе (частотой посещения электронных страниц сообщества, участия в специализированных курсах и программах, реализуемых в сообществе), и уровнем выраженности таких карьерных ориентаций, как «Менеджмент» и «Вызов» (при $p \leq 0,01$ и $p \leq 0,05$ соответственно). Возможно, это связано с тем, что в сообществе ведется целенаправленное воздействие на изменение карьерной мотивации женщин (с помощью тренингов, статей, семинаров и т.п.), ума-

ляющее в глазах пользователей значимость этих ориентаций. Дополнительным аргументом в пользу того предположения может служить найденная обратная взаимосвязь между активностью женщин внутри антифеминистского интернет-сообщества, и уровнем их общей мотивационной активности в сфере карьерных ориентаций ($p \leq 0,05$).

Выявлено, что чем лучше женщина принимает идеи антифеминистского Интернет-сообщества, тем ниже ее карьерная ориентация на «Менеджмент» и тем выше ориентация на «Служение» (при $p \leq 0,01$ и $p \leq 0,05$ соответственно). Т.е. женщина стремится не управлять, а «служить». Этот результат полностью согласуется с антифеминистской идеей, упомянутой в первой главе нашего исследования (см.п. 1.2): для женщины важно реализовывать служение как особую форму взаимодействия и поведения не только во взаимоотношениях с супругом и детьми, но также и в работе.

«Служение» и общая мотивационная активность положительно коррелируют с готовностью женщин прививать идеи, транслируемые в интернет-сообществе, своим детям (при $p \leq 0,01$ и $p \leq 0,05$ соответственно).

Было выявлено, что чем более положительно женщины воспринимают влияние своего участия в сообществе на свою жизнь, тем слабее они ориентированы на «Менеджмент» и стабильность места работы ($p \leq 0,05$). Это может быть связано с тем, что вера в положительное влияние сообщества способствует укреплению убежденности в правильности высказываемых в нем идей.

В целом, общая включенность женщин в антифеминистское интернет сообщество характеризуется отрицательной взаимосвязью с карьерными ориентациями «Менеджмент», «Вызов», «Стабильность места работы» и общим уровнем мотивационной активности в сфере карьеры.

Таким образом, можно заключить, что частная гипотеза №6 («Чем более женщина включена в антифеминистское интернет-сообщество, тем ниже ее карьерная мотивация») подтвердилась. Основная гипотеза частично подтверди-

лась: приверженность женщин к антифеминистским идеям связана с их профессиональной мотивацией.

3.6. Рекомендации практикующим психологам

Во-первых, результаты нашего исследования могут иметь практическую значимость для психологических служб, занимающихся консультированием женщин с неудовлетворенностью жизнью.

В нашей работе было выявлено, что эмоциональное благополучие женщин связано с их субъективной оценкой своей женственности: чем более женственной себя ощущает женщина, тем выше уровень ее оптимизма и, что не менее важно, – способность к преобразующему (преодолевающему) поведению, которое во многом способствует социальной адаптации и удовлетворенности жизнью. Из этого следует, что психологам в своей консультативной и/или тренинговой деятельности будет полезным обратить внимание на такой компонент в структуре самооценки клиента, как женственность. Способности к самопринятию и принятию других людей также оказались связанными с субъективной фемининностью женщины, и это следует учитывать как при индивидуальной психологической работе с женщиной, так и, например, в семейном консультировании.

Во-вторых, результаты исследования карьерной мотивации у женщин, состоящих в антифеминистском интернет-сообществе, могут быть интересны консультантам, работающим по вопросам профессионального развития.

Обнаружена отрицательная взаимосвязь между общим уровнем включенности женщин в антифеминистское сообщество, и их общей мотивационной активностью в сфере карьеры. Из чего можно сделать вывод, что при работе с женщиной, не имеющей или теряющей карьерную мотивацию и усматривающей в этом серьезную проблему, важно уточнить у нее, в какие интернет-сообщества она включена, чтобы вовремя выявить те ресурсы, на которых активно и целенаправленно пропагандируется отказ от карьеры в пользу каких-

либо других устремлений. Возможно, окажется, что именно включенность в определенное интернет-сообщество снижает стремление женщины к развитию в профессиональной сфере.

ВЫВОДЫ

1) В результате проведения теоретического анализа литературы по изучаемой проблеме, мы пришли к выводу, на сегодняшний день тема антифеминистских сообществ недостаточно разработана, что указывает на наличие обширных возможностей для проведения множества новых научных исследований в этой области.

2) Контент-анализ событий жизненного пути, предшествующих вступлению женщин в антифеминистское интернет-сообщество, позволил выявить, что самыми распространенными *особенностями прошлого*, объединяющими активных участниц этого сообщества, являются:

— проблемы с противоположным полом (как вне брака, так и в семейной жизни);

— приверженность феминистским идеям (стремление к независимости и карьерным достижениям);

— подверженность влиянию родительских установок;

— маскулинные черты в характере и поведении;

— наличие проблем в родительской семье (развод, ссоры, алкоголизм родителей).

Это полностью подтвердило частную гипотезу №1 («Существует ряд особенностей жизненного пути, который объединяет женщин, вступивших в антифеминистские интернет-сообщества и разделяющих антифеминистскую идеологию»).

3) Контент-анализ событий жизненного пути позволил подтвердить частную гипотезу №2 («В жизни женщин, заинтересовавшихся антифеминистскими представлениям и идеями, имел место внутриличностный конфликт»). Наблюдается переход женщин от одной ценностной системы к кардинально

противоположной, часто женщины внешне демонстрируют приверженность феминистским взглядам и ценностям, в глубине души мечтая о совершенно противоположном образе жизни.

4) Анализ распределения признаков в крайних группах позволил определить, что среди участниц, активно включенных в антифеминистское интернет-сообщество большую часть составляют женщины, состоящие в официальном браке, тогда как среди наименее активных участниц сообщества большую часть составляют незамужние женщины, что частично подтверждает частную гипотезу №3 («Степень включенности в антифеминистское сообщество связана с социально-демографическими характеристиками личности»).

5) Обнаружена значимая связь готовности женщин привить антифеминистские идеи своим детям с характеристиками их социально-психологической адаптации: социально-адаптированные, уверенные в себе женщины с внутренним локусом контроля проявляют большую готовность передавать антифеминистские идеи своим детям.

При этом между женщинами, давно вступившими в антифеминистское сообщество, и между участницами, вступившими в него сравнительно недавно, статистически значимых различий в социально-психологической адаптации выявлено не было, соответственно частная гипотеза №4 («Уровень социально-психологической адаптации ниже у тех участниц антифеминистского интернет-сообщества, которые вступили в него относительно недавно, чем у женщин с более длительным участием в нем») не нашла своего подтверждения.

6) Выявлена значимая связь между субъективным уровнем женственности и рядом показателей, характеризующим степень эмоционального благополучия женщин (эмоциональным комфортом, самопринятием, оптимизмом и активностью).

Женщин, чувствующих себя достаточно фемининными, отличает жизнерадостность мировоззрения и восприятия, но что не менее важно – для них ха-

рактерна и активность преобразующего (преодолевающего) поведения, которое во многом способствует ее социальной адаптации и удовлетворенности жизнью. Чем более женственной считает себя женщина, тем легче она принимает себя и других людей. И наоборот, чем меньше женщина способна принять себя и других, тем менее женственной она себя ощущает. Таким образом, была подтверждена частная гипотеза №5.

7) Чем более женщины включены в антифеминистское интернет-сообщество, тем ниже их карьерная мотивация. Об этом свидетельствует наличие отрицательной взаимосвязи общего уровня включенности женщин в изучаемое сообщество со следующими карьерными ориентациями: «Менеджмент», «Вызов», «Стабильность места работы», а также с общим уровнем мотивационной активности в карьере. Так была подтверждена частная гипотеза №6.

8) Результаты, полученные в ходе поэтапной проверки частных гипотез, позволяют заключить, что основная гипотеза нашего исследования, гласящая, что приверженность женщин к антифеминистским идеям связана с такими социально-психологическими особенностями, как социальная адаптация, позитивный взгляд на жизнь, особенности жизненного пути и профессиональная мотивация, полностью подтвердилась.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

В нашем исследовании были выявлены и проанализированы основные идеологические положения антифеминистских интернет-сообществ. Научная литература по данной проблематике на сегодняшний день практически отсутствует, что указывает на наличие обширных возможностей для проведения множества новых научных исследований

Были выделены основные особенности жизненного пути, которые объединяли женщин до того, как они вступили в антифеминистское интернет-сообщество (проблемы с противоположным полом, приверженность феминистским идеям, подверженность влиянию родительских установок, маскулинные черты в характере и поведении, наличие проблем в родительской семье).

Обнаружена статистически значимая связь между отдельными характеристиками включенности женщины в антифеминистское интернет-сообщество и такими ее особенностями, как социально-психологическая адаптация и профессиональная мотивация. Кроме того, нами были выявлены различия в семейном положении между наиболее активными и наименее активными участницами изучаемого сообщества (среди наиболее активных участниц гораздо больше замужних женщин). Также была обнаружена значимая связь субъективного уровня женственности (фемининности) женщины и различных показателей ее эмоционального благополучия.

Практическая значимость нашего исследования, заключается в том, что его результаты могут быть интересны психологам, работающим с женщинами, не удовлетворенными своей жизнью, а также консультантам, занимающимся вопросами построения карьеры. Для этих специалистов мы разработали отдельные рекомендации.

В заключении, нам хотелось бы отметить, что деятельность антифеминистских интернет-сообществ очень разнообразна, ее изучение требует комплексного подхода. Изученный нами аспект – один из множества потенциаль-

ных вариантов направления научных исследований в этой сфере. В дальнейшем нам хотелось бы провести исследование отношения мужчин к антифеминистским идеям и ценностям, эффективности семейных отношений, в которых супруги придерживаются антифеминистских взглядов, изучить механизмы функционирования и особенности психологического воздействия на целевую аудиторию в антифеминистских интернет-сообществах.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Амяга Н.В. Самораскрытие и самопредъявление личности в общении. // Личность. Общение. Групповые процессы. Современные направления теоретических и прикладных исследований в зарубежной психологии.: сборник обзоров. 1991. С. 37–74.
2. Андреева Т. В.. Психология современной семьи. Монография. СПб.: Речь., 2005. 436 с.
3. Арестова О.Н., Бабанин Л.Н., Войскунский А.Е. Коммуникация в компьютерных сетях: психологические детерминанты и последствия // Вестник Московского университета. 1996. № 4. С. 14–20.
4. Белинская, Е.П. Интернет и идентификационные структуры личности: материалы международной Интернет-конференции, (01.02.2001 – 01.05.2001) «Социальные и психологические последствия применения информационных технологий» / Под ред. А.Е. Войскунского. М.: Моск. обществ. науч. Фонд, 2001. С. 7–84.
5. Белинская Е.П., Жичкина А.Е. Стратегии самопрезентации в Интернете и их связь с реальной идентичностью [Электронный ресурс] // 1999. URL: <http://flogiston.ru/projects/articles/strategy> (дата обращения: 30.04.2016).
6. Бем С. Линзы гендера: Трансформация взглядов на проблему неравенства полов. М.: РОССПЭН, 2004. 336 с.
7. Большакова О.В. История России в гендерном измерении : Современная зарубежная историография : Аналитический обзор / Отв. ред. – к. и. н. З. Ю. Метлицкая. М.: РАН. ИНИОН. Центр социал. науч.-информ. исслед., 2010. 122 с.

8. Будовская, Ю. Эгоизм как движущая сила пользовательской активности в социальных медиа и социальных сетях // Социальная политика и социальное партнерство. 2010. № 11. С. 59–62.
9. Буракова М.В. Интерпретация маскулинности-фемининности внешнего облика женщины: Автореф. дисс.... канд. психол. наук / Феникс. Ростов-н/Д., 2000. 197 с.
10. Валяева, О.В. – Предназначение быть женщиной. М.: 2013. 496 с.
11. Водопьянова Н.Е., Чесноков В.Б. Стратегии адаптации к экономическому кризису в зависимости от жизненной позиции субъектов труда [Электронный ресурс] // Вестник Адыгейского государственного университета. Серия 3: Педагогика и психология. 2015. №1. URL: <http://cyberleninka.ru/article/n/strategii-adaptatsii-k-ekonomicheskomu-krizisu-v-zavisimosti-ot-zhiznennoy-pozitsii-subektov-truda> (дата обращения: 21.03.2016).
12. Войскунский, А.Е. Преобразование общения, опосредствованного компьютером: автореферат дис. ... кандидата психологических наук: 19.00.01 / МГУ им. М. В. Ломоносова. Москва, 1990. 26 с.
13. Воловикова М. И. Представления русских о нравственном идеале. М.: Изд-во «Институт психологии РАН. 2002. С. 96 – 97.
14. Воловикова М. И., Гренкова Л. Л. Современные представления о порядочном человеке // Российский менталитет: вопросы психологической теории и практики. М. 1997. С. 93–111.
15. Воронина О. А., Клименкова Т. А. Гендер и культура // Женщины и социальная политика (гендерный аспект) / Отв. ред. З. А. Хоткина. М.: Институт социально–экономических проблем народонаселения РАН, 1992. С. 10–22
16. Воронина О. А. Феминизм и гендерное равенство. М.: Эдиториал УРСС, 2003. 320 с.

17. Гордеев, Н.В. Презентация виртуальной личности в разных коммуникационных средах сети Интернет [Электронный ресурс] // Киберпсихология. 2009. URL: http://ru-cyberpsy.blogspot.ru/2011/05/blog-post_05.html (Дата обращения: 17.02.2016)
18. Горный Е. Что такое семиотика? // Радуга, 1996. №. 11. С. 168–175.
19. Гулевич О. А. Социальные представления о преступлениях, преступниках, жертвах и о работниках правовых институтов : дис. ... канд. психол. наук / М., 2000. 186 с.
20. Гусева, Ю.Е. Влияние социально-исторических изменений в обществе на трансформацию гендерных представлений в популярной прессе: дис. ... канд. психол. наук / СПб, 2007. 200 с.
21. Детинкина В. В. Рекламный дискурс как способ создания социального мифа : автореф. дис. на соискание учен. степени канд. филол. наук: спец.: 10.02. 19 / Ижевск, 2010. 23 с.
22. Емелин, В.А. Виртуальная реальность и симулякры [Электронный ресурс] / В.А. Емелин – URL: <http://emeline.narod.ru/virtual.html> (дата обращения: 21.02.2016)
23. Епанова, Ю.В. Интернет-репрезентация идентичности в контексте перформативной теории Дж. Батлер // Вестн. СамГУ. 2009. № 1. С. 87–92.
24. Ефремова П.Е. Социокультурная динамика гендерных образов в российской рекламе второй половины XIX - начала XXI вв.: дис. ... канд. социол. наук / Барнаул, 2005. 160 с.
25. Жичкина А.Е. О возможностях психологических исследований в сети Интернет // Психологический журнал. том 21. С. 75–78.

26. Жичкина А.Е., Белинская Е.П. Самопрезентация в виртуальной реальности и особенности идентичности подростка-пользователя Интернета // Образование и информационная культура. М., 2000. С. 431–460.
27. Захаров Д.В. Трансформация образа женщины в средствах массовой информации России в 70-90 гг. XX века на примерах журналов: «Работница», «Крестьянка», «Космополитен»: дис. ... к.истор.н. / Москва, 2004. 205 с.
28. 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» / Редакторы–составители Е. А. Баллаева, О. А. Воронина, Л. Г. Луныкова. М.: РОО МЦГИ, 2006. С. 105–115.
29. Здравомыслова Е., Темкина А. Кризис маскулинности в позднесоветском дискурсе // О мужественности. Сб. ст. / Сост. С. Ушакин. М.: Новое литературное обозрение. 2002. С. 432–451
30. Здравомыслова О.М. Российская семья в 90-е годы: жизненные стратегии мужчин и женщин // Гендерный калейдоскоп. Курс лекций / Под общей редакцией М.М. Малышевой. М.: Academia, 2002. С. 473–489.
31. Здравомыслова О.М., Арупонян М.Ю. Российская семья на европейском фоне (по материалам международного исследования). М.: «Эдиториал», 1998. 176 с.
32. Здравомыслова Е.А., Темкина А.А. Социальное конструирование гендера: феминистская теория // Введение в гендерные исследования. Ч. I: Учебное пособие / Под ред. И. А. Жеребкиной. Харьков, ХЦГИ; СПб.: Алетейя, 2001. С. 147–173.
33. Иванова Е. Гендерная проблематика в психологии // Введение в гендерные исследования. Харьков: ХГЦИ; СПб: Алетейя, 2001. Ч. I. 2001. С. 312–345

34. Калабихина И.Е. Социальный пол: Экономическое и демографическое поведение. М., 1998. 74 с.
35. Катречко С.Л. Интернет и сознание: к концепции виртуального человека // Влияние Интернета на сознание и структуру знания / Под ред. ВМ Розин. М.: ИФ РАН. 2004. С. 57–72.
36. Клецина И.С. Гендерная психология / Под ред. Клециной И.С. 2-е изд., испр. и доп. Питер, 2009. 496 с.
37. Клецина И.С. Психология гендерных отношений: Теория и практика. СПб.: Алетейя, 2004. 408 с.
38. Клецина И. С. Самореализация и гендерные стереотипы // Психологические проблемы самореализации личности. Вып. 2. СПб.: Изд-во СПбГУ, 1998. С. 188–202.
39. Космиров С.В. Чистота как предмет потребления в современном обществе: Социокультурные аспекты: дис. ... к.соц.н. / С.В. Космиров. Саратов, 2004. 156 с.
40. Лобачева, Л.С. Клинико-динамические тенденции депрессивных расстройств в условиях меняющихся социально-психологических факторов: дис. ... к.мед.н. / Л.С. Лобачева. Новосибирск, 2004. – 177 с.
41. Матрехина, Н. В. Социальная сеть человека в контексте его жизненных ситуаций: автореф. дис. ... канд. психол. наук / Н. В. Матрехина. СПб., 2006. 22 с.
42. Михайлова Е.В. Самопрезентация: теория, исследования, тренинг. СПб.: Речь, 2007. 224 с.
43. Московичи С. От коллективных представлений к социальным // Вопросы социологии. 1992. Т. 1. №. 2. С. 83–96.

44. Московичи С. Социальное представление: исторический взгляд // Психол. журн. М., 1995. Т. 16. № 1. С. 3–18
45. Ожигова Л.Н. Гендерная интерпретация самоактуализации личности в профессии : дис.... канд. психол. наук. // Л.Н. Ожигова. Краснодар, 2000. 196 с.
46. Осипова Л.В. Роль профессиональной деятельности в самоактуализации современной женщины: дис. ... к.психол.н. / Л.В. Осипова. СПб, 2004. 264 с.
47. Осницкий А.К. Определение характеристик социальной адаптации / А.К. Осницкий // Психология и школа. 2004. №1. С.43–56
48. Попкова Л.В. Теория и практика современного феминизма: женское движение в США // Введение в гендерные исследования: Учебное пособие / Под ред. И.А. Жеребкиной. Харьков: ХЦГИ; СПб.: Алетейя, 2001. Вып. С. 635–663
49. Попова Л.В. Проблема самореализации одаренных женщин // Вопросы психологии. 1996. № 2. С. 15–23
50. Почебут Л. Г., Чикер В. А. Организационная психология // СПб.: Речь, 2000. 298 с.
51. Почебут Л.Г., Шмелева И.А. Гендерные отношения в разных этнических культурах России // Психологический журнал. 2015, Т. 36, №6, С. 66–75.
52. Предназначение быть Женщиной – Ольга Валяева и Алексей Валяев [Электронный ресурс] // 2011. URL: <http://www.valyaeva.ru/> (Дата обращения: 08.03.2016).
53. Радина Н. К. Об использовании гендерного анализа в психологических исследованиях // Вопросы психологии. 1999. №. 2. С. 22–27.

54. Римашевская Н.М. Гендерные аспекты социально-экономической трансформации в России // Гендерный калейдоскоп. Курс лекций / Под ред. М.М. Малышевой. М.: Academia, 2002. С. 243–257.
55. Римашевская Н. М. (ред.). Женщины в обществе: реалии, проблемы, прогнозы. – Наука, 1991, С. 25–40.
56. Ржаницына Л.С. Социальная политика сегодня: гендерные проблемы // Гендерная экспертиза и законодательная политика: в 2 т. Т. 1 / Под ред. Изотова Е.В., Кочкина Е.В. М.: Аванти плюс, 2004. С.283–293.
57. Селютин, А. А. Коммуникативная толерантность в виртуальном пространстве: на примере анализа текстов социальных сайтов: дис. ... канд. филол. наук / А. А. Селютин. Челябинск, 2009. 247 с
58. Семкина, М.В. Использование гендерных стереотипов как прием манипулирования сознанием в телевизионной рекламе: дис. ... к.филол.н. / М.В. Семкина. М., 2009. 170 с.
59. Темкина А.А. Женское движение как общественное движение: история и теория // Гендерные тетради / Под ред. А.А. Клецина. Выпуск первый. СПб.: СПб. филиал Института социологии РАН, 1997. С. 45–93
60. Темкина А. А., Rotkirch А. Советские гендерные контракты и их трансформация в современной России // Социологические исследования. 2002. №. 11. С. 4–14.
61. Теория и методология гендерных исследований. Курс лекций / Под общ. ред. О. А. Ворониной. М.: МЦГИ – МВШСЭН – МФФ, 2001. 416 с.
62. Турецкая Г. В. Страх успеха: психологическое исследование феномена // Психологический журнал. 1998. Т. 19. №. 1. С. 37–46.
63. Филатова, О.Г. Интернет как масс-медиа // Актуальные проблемы теории коммуникации: сб. науч. тр. СПб: Изд-во СПбГПУ, 2004. С. 232–240.

64. Фриндте В., Келер Т. Публичное конструирование Я в опосредованном компьютером общении // Гуманитарные исследования Интернета / под ред. А.Е. Войскунского. М., 2000. С. 40–54
65. Хасбулатова О.А. Российская гендерная политика в XX столетии: мифы и реалии. Иваново: ИвГУ, 2005. 372 с.
66. Ходырева Н.В. Гендер в психологии: история, подходы, проблемы // Вестник СПб Университета. 1998. Т. 6. С. 73–84.
67. Цветкова О.А. Работа и семья в жизненных стратегиях российских женщин: региональный аспект: дис. ... канд. соц. наук / О.А.Цветкова. Новочеркасск, 2011. 155 с.
68. Черняева, К. О. Культурная идентификация в условиях глобализации: случай социальных сетей: автореф. дис. ... канд. соц. наук / К. О. Черняева. Саратов, 2010. 141 с.
69. Balsamo, A. Signal to noise: On the meaning of cyberpunk subculture // Communication in the age of virtual reality. LEA's communication series. / Eds. Frank Biocca, Mark R. Levy. Hillsdale, 1995. P. 347–368.
70. Becker B. To be in touch or not? Some remarks on communication in virtual environments // Women, Work and Computerization: Spinning a Web from Past to Future. Proceedings of the 6th International IFIP Conference, Bonn, 1997. P. 211–212.
71. Castells, Manuel. End of Millennium: The Information Age: Economy, Society, and Culture. Vol. 3. John Wiley & Sons, 2010. 488 p.
72. Dautenhahn K. The physical body in Cyberspace: at the age of extinction? 1997. 216 p.

73. Donath, Judith S. Identity and deception in the Virtual community // MIT Media Lab 1997. URL: <http://smg.media.mit.edu/people/Judith/IdentityDeception.pdf> (Дата обращения: 4.04.2016)
74. Kelly P. Human Identity Part 1: Who are you? E-lecture from the university course about the net // Netropolitan life. 1997.
75. Krolokke, C., Sorensen A. Gender Communication Theories and Analyses: From Silence to Performance. Chapter. 1. Three Waves of Feminism: From Suffragettes to Grrls. Sage Publications, 2005.
76. Mehrabian, A. Nonverbal Communication. Aldine-Atherton. Chicago, 1972. p 182.
77. Mehrabian, A.. Silent Messages: Implicit Communication of Emotions and Attitudes (2nd ed.). Wadsworth, Belmont, 1981 // ResearchGate. URL: https://www.researchgate.net/publication/247519548_Silent_Messages_Implicit_Communication_of_Emotions_and_Attitudes (Дата обращения: 08.04.2016).
78. Moscovici S. On Social representations // Social cognition: Perspectives on everyday understanding / Ed. H.J. Forgas. L., 1981. P. 181–209.
79. Reid, Elizabeth M. Electropolis: Communication and Community On Internet Relay Chat. 1991 // URL: <http://cyber.eserver.org/reid.txt> (Дата обращения: 08.04.2016)
80. Reid, Elizabeth M. Cultural Formations in Text-Based Virtual Realities . 1994. // URL: <http://www.lastplace.com/page210.htm> (Дата обращения: 08.04.2016)
81. Rogers, Carl R., and Rosalind F. Dymond, eds. Psychotherapy and Personality Change: Coordinated Research Studies in the Client-Centered Approach. Chicago: University of Chicago Press, 1954. // URL:

http://www.1theolexamen.de/pt/seelsorg/rogers_personality.pdf (Дата обращения: 07.05.2016)

82. Schuller I. S., Comunian A.L. Cross-Cultural Comparison of Arousalability and Optimism Scale (AOS) /18th International Conference of Stress and Anxiety Research Society. Dusseldorf, 1997.

83. Sinnirella, M.Exploring temporal aspects of social identity: the concept of possible social identities // European Journal of Social Psychology, 1998. Vol. 28, № 2, P. 227–248.

84. Suler J. Cyberspace as Dream World (Illusion and Reality at the «Palace»), 1996 // John Suler's The Psychology of Cyberspace. URL: <http://users.rider.edu/~suler/psycyber/cybdream.html> (Дата обращения: 15.03.2016)

85. Suler J. Do Boys Just Wanna Have Fun? Male Gender-Switching in Cyberspace (and how to detect it). 1996 // John Suler's The Psychology of Cyberspace. URL: <http://users.rider.edu/~suler/psycyber/genderswap.html> (Дата обращения: 15.03.2016)

86. Suler J. Human Becomes Electric: The Basic Psychological Features of Cyberspace. 1996 // John Suler's The Psychology of Cyberspace. URL: <http://users.rider.edu/~suler/psycyber/basicfeat.html> (Дата обращения: 15.03.2016)

87. Suler J. Identity Management in Cyberspace. 1996 // John Suler's The Psychology of Cyberspace. URL: <http://users.rider.edu/~suler/psycyber/identitymanage.html> (Дата обращения: 15.03.2016)

88. Suler J. The Bad Boys of Cyberspace Deviant Behavior in Online Multimedia Communities and Strategies for Managing it. 1997 // John Suler's The Psychology of Cyberspace. URL: <http://users.rider.edu/~suler/psycyber/badboys.html> (Дата обращения: 15.03.2016)

89. Turkle, Sh. Constructions and reconstructions of self in virtual reality: Playing in the MUDs // Culture of the Internet / Ed. Sara Kiesler. P. 143–155
90. Turkle Sh. Parallel lives: working on identity in virtual space // Constructing the self in a mediated world: inquiries in social construction. N.Y., 1996. P. 156–175.
91. Young K. S. What makes the Internet so addictive: Potential explanations for pathological Internet use? Chicago, 1997 // HealthyPlace. URL: <http://www.healthyplace.com/addictions/center-for-internet-addiction-recovery/what-makes-the-internet-addictive-potencial/> (Дата обращения: 19.03.2016)

Приложение А

Анкета

Уважаемый респондент! Благодарим Вас за участие в нашем исследовании, направленном на изучение психологических особенностей участниц интернет-сообществ, в которых обсуждаются вопросы женственности. Перед вами анкета, состоящая из 18 вопросов. На часть из них можно ответить, выбрав один из предложенных готовых вариантов ответов и отметив его в соответствующем кружочке. На некоторые вопросы необходимо самостоятельно написать развернутый ответ. Здесь нет "правильных" и "неправильных" ответов. Все индивидуальные данные, полученные в ходе исследования, абсолютно анонимны. Если у Вас возникли вопросы или комментарии, Вы можете связаться с авторами исследования по адресу psychology21@yandex.ru

1. Когда Вы впервые заинтересовались сообществом "Предназначение быть Женщиной"? *

- очень давно
- несколько лет назад
- примерно год назад
- несколько месяцев назад
- не более месяца назад

2. Отметьте, пожалуйста, те утверждения, которые характеризуют Вашу активность в сообществе «Предназначение быть Женщиной» *

(возможен выбор нескольких ответов)

- давно не интересуюсь деятельностью сообщества «Предназначение быть женщиной»
- изредка интересуюсь обновлениями и новостями сообщества «Предназначение быть женщиной»
- периодически читаю статьи и просматриваю обновления сообщества «Предназначение быть женщиной»
- читала одну или несколько книг Ольги Валяевой
- однократно принимала участие в Марафоне женственности
- участвовала в нескольких Марафонах женственности
- принимала участие в Флешмобах женственности
- посетила тренинги Ольги Валяевой, связанные с женственностью
- приобрела курсы Ольги Валяевой, посвященные женственности

Другое: _____

3. Как Вы относитесь к идеям и ценностям, на которые ориентирует своих участников сообщество «Предназначение быть Женщиной»? *

- я абсолютно согласна с ними
- я скорее согласна, чем не согласна с ними
- я нейтрально отношусь к ним
- я скорее не согласна с ними, чем согласна
- я абсолютно не согласна с ними
- Другое: _____

4. Хотели бы Вы привить своим детям те ценности и идеалы, на которое ориентирует своих участников сообщество «Предназначение быть Женщиной»? *

- скорее, да
- скорее, нет

5. Какие изменения произошли в Вас и Вашей жизни, обусловленные Вашим участием в сообществе "Предназначение быть Женщиной"? *

- произошли существенные положительные изменения
- в целом, изменения оказались скорее положительными
- никаких изменений не произошло
- в целом, изменения оказались скорее негативными
- произошли существенные негативные изменения
- Другое: _____

6. Что, на Ваш взгляд, является самым главным в жизни женщины? *

7. Как Вы считаете, к каким достижениям должна стремиться женщина? *

8. В чем, по-Вашему, заключаются основные различия между мужчинами и женщинами? *

9. Какие основные качества, по-Вашему, должны быть присущи "женственной женщине"? *

10. Какой Вы хотели бы видеть свою жизнь через 5 лет? *

(личную жизнь, брак, работу, детей, образ жизни, Ваше внутреннее состояние, внешность и т.п.).

11. Как бы Вы оценили уровень своей женственности в баллах от 1 до 5? *

1 2 3 4 5

низкий уровень
женственности



высокий уровень
женственности

Общая информация:

Возраст *

- меньше 20 лет
- 21 - 25 лет
- 26 - 30 лет
- 31 - 35 лет
- 36 - 40 лет
- 41 - 45 лет
- 46 - 50 лет
- старше 50 лет

Образование *

- законченное среднее (школа)
- среднее специальное (колледж, техникум, училище)
- незаконченное высшее (студенты)
- высшее (наличие звания бакалавра, специалиста или магистра)
- 2 или более законченных высших образования

Ваш город/населенный пункт *

Нам это необходимо, чтобы сравнить ответы участников исследования в зависимости от места проживания

Укажите наиболее подходящее утверждение относительно Вашего рода деятельности *

- домохозяйка, и меня это устраивает
- домохозяйка, но меня это не устраивает
- хотела бы стать домохозяйкой, но нет такой возможности, вынуждена работать
- работаю на любимой работе, домохозяйкой быть не хочу
- хотела бы сменить работу, но домохозяйкой быть не хочу
- Другое:

Семейное положение *

- не замужем и никогда не была замужем
- состою в неофициальном браке
- состою в официальном браке
- нахожусь в разводе
- вдова

Количество детей *

- 0
- 1
- 2
- 3 и более

Email-адрес

Напишите адрес Вашей электронной почты, если Вы хотите получить результаты нашего исследования.

Приложение Б

Методика «РОП» (Н.Е. Водопьянова, 2016)

Пожалуйста, прочтите внимательно каждое утверждение и оцените степень Вашего согласия с каждым из них. Для этого используйте приведенные ниже варианты ответов. Подчеркните (или выделите) ответ, с которым Вы согласны в большей мере. Здесь нет правильных или неправильных ответов. Будьте искренны и точны, настолько, насколько это возможно.

№	Утверждения	Степень согласия с утверждениями				
		Никогда	Редко (иногда)	Трудно сказать	Часто нравится	Почти всегда (очень часто)
1	Мне нравится громко слушать энергичную и жизнерадостную музыку	Никогда	Редко (иногда)	Трудно сказать	Часто нравится	Почти всегда (очень часто)
2	Я думаю, что мои мечты, жизненные цели слишком трудно достичь	Никогда так не думаю	Иногда так думаю	Трудно сказать	Часто так думаю	Почти всегда так думаю
3	Мне нравятся ситуации с некоторой долей неопределенности и опасности, как «вызов» к моим усилиям и поиску новых решений	Уверен, что нет	Пожалуй, что нет	Трудно сказать	Наверно, да	Уверен, что да
4	Я люблю «бросать вызов судьбе» (рассматриваю трудности как новый полезный опыт)	Уверен, что нет	Наверно, нет	Трудно сказать	Пожалуй, что да	Уверен, что да
5	В моих неприятностях и неудачах я чаще обвиняю себя, чем других	Никогда	Иногда (редко)	Трудно сказать	Часто	Очень часто
6	У меня столько энергии и стремлений, что я не могу даже два часа просидеть без дела	Полностью не согласен	Иногда это верно	Трудно сказать	Да, так бывает часто	Да, совершенно верно
7	Моя жизнь менее счастливая, чем у многих людей из моего окружения	Уверен, что нет	Пожалуй, это не так	Трудно сказать	Наверно, да	Уверен, что да
8*	Думаю, что многие неприятности и трудности со временем сами разрешаются без моих волнений и усилий	Уверен, что нет	Пожалуй, что нет	Трудно сказать	Наверно, да	Да, совершенно согласен
9	В настоящее время невозможно верить в счастливое будущее	Да, это абсолютно верно	Да, это скорее верно	Трудно сказать	Я часто так думаю	Уверен, что это не верно

10	Мне нравится соревноваться	Никогда	Иногда	Трудно сказать	Часто	Очень часто
11	Я легко и часто общаюсь с непохожими на меня людьми (других взглядов, противоположного пола, статуса и др.)	Уверен, что нет	Скорее трудно, чем легко	Трудно сказать	Общаюсь скорее легко и часто, чем трудно	Да, совершенно согласен (общаюсь легко и часто)
12	Я люблю заглядывать в будущее (строить цели и планы)	Абсолютно не согласен	Иногда это верно	Трудно сказать	Да, это скорее так	Да, совершенно согласен
13	Я думаю, что в людях больше плохого, чем хорошего	Абсолютно не согласен	Скорее не согласен	Трудно сказать	Да, скорее согласен	Да, совершенно согласен
14	Мне нравится борьба и преодоление трудностей в разных сложных ситуациях моей жизни	Никогда	Иногда	Трудно сказать	Скорее да, чем нет	Да, совершенно согласен
15	У меня преобладает бодрое, жизнерадостное, приподнятое настроение	Уверен, что нет	Иногда бывает	Трудно сказать	Да, это скорее верно	Да, совершенно верно
16	Думаю, что даже самые смелые мечты и цели осуществимы, если правильно оценить ситуацию, организовать себя и спланировать действия	Уверен, что нет	Пожалуй, что нет	Трудно сказать	Да, это скорее верно	Да, совершенно верно
17	Мои успехи чаще связаны с моими стараниями и усилиями, чем с везением или внешними причинами	Абсолютно не согласен	Пожалуй, что нет	Трудно сказать	Это скорее верно	Да, совершенно верно
18	В трудных и неприятных ситуациях, я всегда верю, что скоро все образуется, поэтому не надо волноваться.	Никогда так не думаю	Очень редко так думаю	Иногда так думаю	Часто так думаю	Всегда так думаю

Приложение В

Обобщенные результаты экспертного анализа особенностей жизненного пути женщин, вступивших в интернет-сообщество «Предназначение быть Женщиной»

№	Категория	Количество экспертных выборов	Частота (%)
1	Проблемы в браке	212	13,6%
2	Феминистские идеи	202	13%
3	Неполадки во взаимоотношениях с противоположным полом (вне брака)	193	12,4%
4	Родительская модель (установки)	187	12%
5	Маскулинные черты	182	11,7%
6	Проблемы в родительской семье	176	11,3%
7	Низкая самооценка, комплексы, неуверенность в себе	124	8%
8	Мужчина, ищущий женственность / Замужество как стимул к развитию женственности	93	6%
9	Мечта о "женском счастье"	93	6%
10	Проблемы со здоровьем / болезни самой женщины	70	4,5%
11	Болезнь/смерть близкого человека	22	1,42%

Приложение Г

Анализ нормальности распределения по выборке социально-демографических характеристик с помощью одновыборочного критерия Колмогорова-Смирнова

Одновыборочный критерий Колмогорова-Смирнова

		Возраст	Образование	Город	Количество детей
N		87	87	87	87
Параметры нормального распределения ^{a,b}	Среднее	2,22	3,71	1,85	,74
	Среднекв.отклонение	,689	,951	,771	,921
Наибольшие экстремальные расхождения	Абсолютная	,360	,354	,244	,328
	Положительные	,360	,243	,244	,328
	Отрицательные	-,284	-,354	-,198	-,212
Статистика критерия		,360	,354	,244	,328
Асимптотическая значимость (2-сторонняя)		,000 ^c	,000 ^c	,000 ^c	,000 ^c

a. Проверяемое распределение является нормальным.

b. Вычислено из данных.

c. Коррекция значимости Лильефорса.

Приложение Д

Анализ нормальности распределения по выборке показателей включенности в антифеминистское интернет-сообщество с помощью одновыборочного критерия Колмогорова-Смирнова

Одновыборочный критерий Колмогорова-Смирнова

	Срок участия	Активность в сообществе	Отношение к идеям	Привитие идей детям	Характер изменений	Общая включенность	
N	87	87	87	87	87	87	
Параметры нормального распределения ^{a,b}	Среднее	2,90	4,13	4,10	1,97	,92	17,45
	Среднеквадратическое отклонение	1,172	4,259	,611	,184	,781	5,596
Наибольшие экстремальные расхождения	Абсолютная	,252	,312	,326	,540	,252	,176
	Положительные	,162	,312	,326	,425	,252	,176
	Отрицательные	-,252	-,174	-,295	-,540	-,231	-,090
Статистика критерия	,252	,312	,326	,540	,252	,176	
Асимптотическая значимость (2-сторонняя)	,000 ^c	,000 ^c	,000 ^c	,000 ^c	,000 ^c	,000 ^c	

a. Проверяемое распределение является нормальным.

b. Вычислено из данных.

c. Коррекция значимости Лиллиефорса.

Приложение Ж

Анализ нормальности распределения по выборке показателей оптимизма и активности («РОП» Н.Е. Водопьяновой, 2016) с помощью одновыборочного критерия Колмогорова-Смирнова

Одновыборочный критерий Колмогорова-Смирнова

		Оптимизм	Активность
N		87	87
Параметры нормального распределения ^{a,b}	Среднее	23,66	17,98
	Среднекв.отклонение	5,240	5,869
Наибольшие экстремальные расхождения	Абсолютная	,158	,096
	Положительные	,073	,096
	Отрицательные	-,158	-,083
	Статистика критерия	,158	,096
	Асимптотическая значимость (2-сторонняя)	,000 ^c	,045 ^c

a. Проверяемое распределение является нормальным.

b. Вычислено из данных.

c. Коррекция значимости Лиллиефорса.

Приложение К

Анализ нормальности распределения по выборке интегральных показателей социально-психологической адаптации личности («СПА» Роджерса-Даймонда в адаптации А.К.Осницкого, 2004) с помощью одновыборочного критерия Колмогорова-Смирнова

Одновыборочный критерий Колмогорова-Смирнова

		АД	СП	ПРД	ЭК	ИНТ	СД
	N	87	87	87	87	87	87
Параметры нормального распределе- ния ^{a,b}	Среднее	66,848	80,218	66,926	65,395	64,311	51,415
	Среднекв.отклонение	12,3745	12,4908	13,9564	17,4066	12,8516	15,5370
Наибольшие экстремальные расхождения	Абсолютная	,070	,124	,071	,055	,050	,075
	Положительные	,065	,059	,071	,055	,050	,049
	Отрицательные	-,070	-,124	-,071	-,050	-,039	-,075
Статистика критерия		,070	,124	,071	,055	,050	,075
Асимптотическая значимость (2- сторонняя)		,200 ^{c,d}	,002 ^c	,200 ^{c,d}	,200 ^{c,d}	,200 ^{c,d}	,200 ^{c,d}

a. Проверяемое распределение является нормальным.

b. Вычислено из данных.

c. Коррекция значимости Лиллиефорса.

d. Это нижняя граница истинной значимости.

Приложение Л

Анализ нормальности распределения «сырых» показателей социально-психологической адаптации личности («СПА» Роджерса-Даймонда в адаптации А.К.Осницкого, 2004) с помощью одновыборочного критерия Колмогорова-Смирнова

Одновыборочный критерий Колмогорова-Смирнова

		АДТЬ	ДТЬ	СП2	НС	ПРД2	НДР
N		87	87	87	87	87	87
Параметры норм.распр. ^{a,b}	Сред.	138,94	71,98	46,60	11,47	25,06	15,34
	Ср..откл..	21,304	33,320	9,130	7,172	5,288	7,480
Наибольшие экстремальные расхождения	Абсолют.	,108	,129	,086	,160	,099	,116
	Полож.	,068	,129	,060	,160	,046	,116
	Отр.	-,108	-,058	-,086	-,062	-,099	-,052
Статистика критерия		,108	,129	,086	,160	,099	,116
Асимптотическая значимость (2-сторонняя)		,013 ^c	,001 ^c	,159 ^c	,000 ^c	,035 ^c	,006 ^c

a. Проверяемое распределение является нормальным.

b. Вычислено из данных.

c. Коррекция значимости Лильефорса.

d. Это нижняя граница истинной значимости.

Одновыборочный критерий Колмогорова-Смирнова

		ЭК2	ЭД	ВНУК	ВНЕК	ДОМ	ВЕД
N		87	87	87	87	87	87
Параметры норм.распр. a,b	Сред.	24,56	14,66	51,52	21,95	9,45	17,72
	Ср..откл..	4,967	9,141	8,174	11	3,497	6,838
Наибольшие экстремальные расхождения	Абсолют.	,105	,092	,070	,119	,093	,092
	Полож.	,105	,092	,050	,119	,092	,092
	Отр.	-,090	-,054	-,070	-,073	-,093	-,067
Статистика критерия		,105	,092	,070	,119	,093	,092
Асимптотическая значимость (2-сторонняя)		,018 ^c	,065 ^c	,200 ^{c,d}	,004 ^c	,062 ^c	,068 ^c

a. Проверяемое распределение является нормальным.

b. Вычислено из данных.

c. Коррекция значимости Лильефорса.

d. Это нижняя граница истинной значимости.

Приложение М

Анализ нормальности распределения показателей карьерных ориентаций («Якоря карьеры» Э.Шейна в адаптации В.А. Чикер, 1998) с помощью одновыборочного критерия Колмогорова-Смирнова

Одновыборочный критерий Колмогорова-Смирнова

		ПК	М	А	СМР	СМЖ	СЛ	В	ИСЖ	П	ОМА
N		87	87	87	87	87	87	87	87	87	87
Параметры нормального распределения ^{а,б}	Сред.	4,122	3,756	6,908	6,172	4,282	7,910	4,124	7,772	4,825	5,539
	Среднекв.откл.	1,8073	2,2764	1,9212	2,6435	2,3800	1,8577	1,9150	1,3981	2,4836	1,1213
Наибольшие экстрем. расхождения	Абсолютная	,102	,125	,103	,108	,108	,156	,091	,100	,091	,097
	Положит.	,102	,125	,065	,074	,108	,130	,091	,056	,091	,049
	Отриц.	-,053	-,113	-,103	-,108	-,084	-,156	-,079	-,100	-,074	-,097
Статистика критерия		,102	,125	,103	,108	,108	,156	,091	,100	,091	,097
Асимптотическая значимость (2-сторонняя)		,027 ^с	,002 ^с	,023 ^с	,014 ^с	,014 ^с	,000 ^с	,075 ^с	,032 ^с	,069 ^с	,040 ^с

а. Проверяемое распределение является нормальным.

б. Вычислено из данных.

с. Коррекция значимости Лиллиефорса.

Приложение Н

Результаты корреляционного анализа социально-демографических характеристик женщины и ее включенности в антифеминистское интернет-сообщество (коэффициент r-Спирмена)

Ро Спирмена		Общая включенность	Срок участия	Активность в сообществе	Отношение к идеям сообщества	Привитие идей детям	Характер изменений
Возраст	Коэфф. корреляции	,022	,020	,021	,085	,161	-,058
	Знач. (двухсторонняя)	,840	,855	,846	,433	,136	,595
	N	87	87	87	87	87	87
Образование	Коэфф. корреляции	,268	,127	,231	,262	,179	,133
	Знач. (двухсторонняя)	,012	,241	,031	,014	,097	,220
	N	87	87	87	87	87	87
Город	Коэфф. корреляции	,087	,148	,089	-,040	,038	-,188
	Знач. (двухсторонняя)	,424	,170	,411	,714	,730	,081
	N	87	87	87	87	87	87
Количество детей	Коэфф. корреляции	,121	,050	,119	-,009	,166	,093
	Знач. (двухсторонняя)	,264	,643	,271	,936	,125	,393
	N	87	87	87	87	87	87

Приложение II

Результаты однофакторного дисперсионного анализа включенности женщин в антифеминистское интернет-сообщество по фактору «Возраст»

ANOVA

		Сумма квадратов	ст.св.	Средний квадрат	F	Значимость
Срок_участия	Между группами	6,394	4	1,598	1,174	,328
	Внутри групп	111,675	82	1,362		
	Всего	118,069	86			
Активность_в_сообществе	Между группами	74,809	4	18,702	1,033	,395
	Внутри групп	1484,800	82	18,107		
	Всего	1559,609	86			
Отношение_к_идеям	Между группами	2,019	4	,505	1,377	,249
	Внутри групп	30,050	82	,366		
	Всего	32,069	86			
Привитие_идей_детям	Между группами	,093	4	,023	,680	,608
	Внутри групп	2,804	82	,034		
	Всего	2,897	86			
Характер_изменений	Между группами	1,083	4	,271	,432	,785
	Внутри групп	51,354	82	,626		
	Всего	52,437	86			
Общая_включенность	Между группами	127,389	4	31,847	1,018	,403
	Внутри групп	2566,129	82	31,294		
	Всего	2693,517	86			

Приложение Р

Результаты однофакторного дисперсионного анализа включенности женщин в антифеминистское интернет-сообщество по фактору «Образование»

ANOVA

		Сумма квадратов	ст.св.	Средний квадрат	F	Значимость
Срок_участия	Между группами	4,915	4	1,229	,890	,474
	Внутри групп	113,154	82	1,380		
	Всего	118,069	86			
Активность_в_сообществе	Между группами	99,257	4	24,814	1,393	,244
	Внутри групп	1460,353	82	17,809		
	Всего	1559,609	86			
Отношение_к_идеям	Между группами	2,787	4	,697	1,951	,110
	Внутри групп	29,282	82	,357		
	Всего	32,069	86			
Привитие_идей_детям	Между группами	,243	4	,061	1,875	,123
	Внутри групп	2,654	82	,032		
	Всего	2,897	86			
Характер_изменений	Между группами	1,738	4	,435	,703	,592
	Внутри групп	50,699	82	,618		
	Всего	52,437	86			
Общая_включенность	Между группами	222,376	4	55,594	1,845	,128
	Внутри групп	2471,141	82	30,136		
	Всего	2693,517	86			

Приложение С

Результаты однофакторного дисперсионного анализа включенности женщин в антифеминистское интернет-сообщество по фактору «Город»

		Сумма квадратов	ст.св.	Средний квадрат	F	Значимость
Срок_участия	Между группами	5,341	2	2,670	1,990	,143
	Внутри групп	112,728	84	1,342		
	Всего	118,069	86			
Активность_в_сообществе	Между группами	13,073	2	6,536	,355	,702
	Внутри групп	1546,537	84	18,411		
	Всего	1559,609	86			
Отношение_к_идеям	Между группами	,401	2	,200	,531	,590
	Внутри групп	31,668	84	,377		
	Всего	32,069	86			
Привитие_идей_детям	Между группами	,045	2	,022	,655	,522
	Внутри групп	2,852	84	,034		
	Всего	2,897	86			
Характер_изменений	Между группами	1,601	2	,800	1,322	,272
	Внутри групп	50,836	84	,605		
	Всего	52,437	86			
Общая_включенность	Между группами	31,749	2	15,875	,501	,608
	Внутри групп	2661,768	84	31,688		
	Всего	2693,517	86			

Приложение Т

Результаты однофакторного дисперсионного анализа включенности женщин в антифеминистское интернет-сообщество по фактору «Количество детей»

ANOVA

		Сумма квадратов	ст.св.	Средний квадрат	F	Значимость
Срок_участия	Между группами	1,193	3	,398	,282	,838
	Внутри групп	116,876	83	1,408		
	Всего	118,069	86			
Активность_в_сообществе	Между группами	114,817	3	38,272	2,199	,094
	Внутри групп	1444,792	83	17,407		
	Всего	1559,609	86			
Отношение_к_идеям	Между группами	,301	3	,100	,262	,853
	Внутри групп	31,768	83	,383		
	Всего	32,069	86			
Привитие_идей_детям	Между группами	,088	3	,029	,867	,461
	Внутри групп	2,809	83	,034		
	Всего	2,897	86			
Характер_изменений	Между группами	1,765	3	,588	,964	,414
	Внутри групп	50,672	83	,611		
	Всего	52,437	86			
Общая_включенность	Между группами	196,691	3	65,564	2,179	,097
	Внутри групп	2496,827	83	30,082		
	Всего	2693,517	86			

Приложение У

Результаты сравнения крайних групп испытуемых с высоким и низким уровнем включенности в антифеминистское интернет-сообщество «Предназначение быть Женщиной» с помощью U-критерия Манна-Уитни

Итоги по проверке гипотезы

	Нулевая гипотеза	Критерий	Знач.	Решение
1	Распределение Возраст является одинаковым для категорий 1 - высокая включенность, 2 - низкая включенность.	Критерий U Манна-Уитни для независимых выборок	1,000 ¹	Нулевая гипотеза принимается.
2	Распределение Образование является одинаковым для категорий 1 - высокая включенность, 2 - низкая включенность.	Критерий U Манна-Уитни для независимых выборок	,081 ¹	Нулевая гипотеза принимается.
3	Распределение Город является одинаковым для категорий 1 - высокая включенность, 2 - низкая включенность.	Критерий U Манна-Уитни для независимых выборок	,960 ¹	Нулевая гипотеза принимается.
4	Распределение Количество_детей является одинаковым для категорий 1 - высокая включенность, 2 - низкая включенность.	Критерий U Манна-Уитни для независимых выборок	,511 ¹	Нулевая гипотеза принимается.

Выводятся асимптотические значимости. Уровень значимости равен ,05.

¹Приводится точная значимость критерия.

Приложение Ф

Результаты корреляционного анализа адаптации женщины и ее включенности в антифеминистское интернет-сообщество (коэффициент r-Спирмена)

			Корреляции					
			Срок_участия	Активность_в_сообществе	Отношение_к_идеям	Привитие_идеям_детям	Характер_изменений	Общая_включенность
Ро Спирмена	АД	Коэффициент корреляции	,027	,044	,070	,226*	,168	,135
		Знач. (двухсторонняя)	,806	,686	,518	,036	,120	,212
		N	87	87	87	87	87	87
	СП	Коэффициент корреляции	,049	,007	,027	,221*	,152	,131
		Знач. (двухсторонняя)	,649	,948	,802	,040	,159	,226
		N	87	87	87	87	87	87
	ПРД	Коэффициент корреляции	-,016	,011	,161	,093	,191	,147
		Знач. (двухсторонняя)	,883	,919	,135	,393	,077	,174
		N	87	87	87	87	87	87
	ЭК	Коэффициент корреляции	-,088	-,025	,082	,163	,130	,053
		Знач. (двухсторонняя)	,419	,821	,449	,131	,231	,627
		N	87	87	87	87	87	87
	ИНТ	Коэффициент корреляции	,018	,071	-,022	,258*	,120	,112
		Знач. (двухсторонняя)	,866	,512	,839	,016	,270	,300
		N	87	87	87	87	87	87
	СД	Коэффициент корреляции	,017	-,007	-,112	,090	,020	,020
		Знач. (двухсторонняя)	,876	,946	,302	,405	,858	,852
		N	87	87	87	87	87	87
	АДТЬ	Коэффициент корреляции	-,074	-,044	-,042	,241*	,095	,086
		Знач. (двухсторонняя)	,499	,688	,697	,025	,381	,431
		N	87	87	87	87	87	87
	ДТЬ	Коэффициент корреляции	-,024	-,067	-,105	-,108	-,159	-,123
		Знач. (двухсторонняя)	,824	,538	,335	,320	,141	,256
		N	87	87	87	87	87	87
	СП2	Коэффициент корреляции	-,026	-,053	,021	,256*	,178	,107
		Знач. (двухсторонняя)	,810	,623	,847	,017	,099	,323
		N	87	87	87	87	87	87
	НС	Коэффициент корреляции	-,063	-,038	-,022	-,126	-,123	-,126
		Знач. (двухсторонняя)	,564	,726	,839	,246	,257	,247
		N	87	87	87	87	87	87
	ПРД2	Коэффициент корреляции	-,045	-,116	,093	,195	,195	,076
		Знач. (двухсторонняя)	,679	,286	,391	,070	,070	,486
		N	87	87	87	87	87	87
	НДР	Коэффициент корреляции	,011	-,049	-,143	,015	-,129	-,125
		Знач. (двухсторонняя)	,920	,655	,187	,890	,233	,248
		N	87	87	87	87	87	87
	ЭК2	Коэффициент корреляции	-,056	,032	-,040	,131	-,078	,033
		Знач. (двухсторонняя)	,609	,769	,713	,227	,476	,762
		N	87	87	87	87	87	87
	ЭД	Коэффициент корреляции	,084	,057	-,099	-,116	-,143	-,026
		Знач. (двухсторонняя)	,438	,602	,363	,287	,187	,810
		N	87	87	87	87	87	87
	ВНУК	Коэффициент корреляции	-,098	,045	-,122	,188	-,091	,030
		Знач. (двухсторонняя)	,367	,682	,262	,081	,400	,781
		N	87	87	87	87	87	87
	ВНЕК	Коэффициент корреляции	-,018	-,050	,009	-,167	-,141	-,094
		Знач. (двухсторонняя)	,871	,647	,934	,122	,192	,388
		N	87	87	87	87	87	87
	ДОМ	Коэффициент корреляции	-,105	-,020	-,133	,146	-,010	-,047
		Знач. (двухсторонняя)	,332	,856	,219	,176	,926	,666
		N	87	87	87	87	87	87
	ВЕД	Коэффициент корреляции	-,164	-,053	-,025	,015	-,071	-,128
		Знач. (двухсторонняя)	,129	,625	,817	,890	,511	,236
		N	87	87	87	87	87	87

** . Корреляция значима на уровне 0,01 (двухсторонняя).

* . Корреляция значима на уровне 0,05 (двухсторонняя).

Приложение X

Результаты однофакторного дисперсионного анализа социально-психологической адаптации личности по фактору «Срок участия в сообществе»

ANOVA						
		Сумма квадратов	ст.св.	Средний квадрат	F	Значимость
АД	Между группами	180,336	4	45,084	,285	,887
	Внутри групп	12988,623	82	158,398		
	Всего	13168,959	86			
СП	Между группами	245,348	4	61,337	,382	,821
	Внутри групп	13172,287	82	160,638		
	Всего	13417,635	86			
ПРД	Между группами	535,536	4	133,884	,677	,610
	Внутри групп	16215,687	82	197,752		
	Всего	16751,223	86			
ЭК	Между группами	1775,892	4	443,973	1,499	,210
	Внутри групп	24281,081	82	296,111		
	Всего	26056,973	86			
ИНТ	Между группами	265,348	4	66,337	,390	,815
	Внутри групп	13938,642	82	169,983		
	Всего	14203,990	86			
СД	Между группами	365,306	4	91,326	,367	,831
	Внутри групп	20394,849	82	248,718		
	Всего	20760,155	86			
АДТЬ	Между группами	1347,490	4	336,872	,733	,572
	Внутри групп	37683,223	82	459,551		
	Всего	39030,713	86			
ДТЬ	Между группами	1316,095	4	329,024	,287	,886
	Внутри групп	94163,859	82	1148,340		
	Всего	95479,954	86			
СП2	Между группами	232,144	4	58,036	,686	,604
	Внутри групп	6936,776	82	84,595		
	Всего	7168,920	86			
НС	Между группами	69,554	4	17,389	,327	,859
	Внутри групп	4354,124	82	53,099		
	Всего	4423,678	86			
ПРД2	Между группами	105,520	4	26,380	,941	,445
	Внутри групп	2299,192	82	28,039		
	Всего	2404,713	86			
НДР	Между группами	117,129	4	29,282	,511	,727
	Внутри групп	4694,526	82	57,250		
	Всего	4811,655	86			
ЭК2	Между группами	144,733	4	36,183	1,501	,210
	Внутри групп	1976,669	82	24,106		
	Всего	2121,402	86			
ЭД	Между группами	389,515	4	97,379	1,175	,328
	Внутри групп	6796,140	82	82,880		
	Всего	7185,655	86			
ВНУК	Между группами	414,476	4	103,619	1,594	,184
	Внутри групп	5331,249	82	65,015		
	Всего	5745,724	86			
ВНЕК	Между группами	154,598	4	38,649	,311	,870
	Внутри групп	10201,218	82	124,405		
	Всего	10355,816	86			
ДОМ	Между группами	25,864	4	6,466	,517	,723
	Внутри групп	1025,653	82	12,508		
	Всего	1051,517	86			
ВЕД	Между группами	179,921	4	44,980	,960	,434
	Внутри групп	3841,458	82	46,847		
	Всего	4021,379	86			

Приложение Ц

Результаты корреляционного анализа субъективного уровня фемининности женщины (женственности), характеристик ее эмоционального благополучия (оптимизма, активности) и социально-психологической адаптации (коэффициент r-Спирмена)

			Уровень женственности
Ро Спирмена	Оптимизм	Коэффициент корреляции	,412^{**}
		Знач. (двухсторонняя)	,000
		N	87
	Активность	Коэффициент корреляции	,289^{**}
		Знач. (двухсторонняя)	,007
		N	87
	АД	Коэффициент корреляции	,450^{**}
		Знач. (двухсторонняя)	,000
		N	87
	СП	Коэффициент корреляции	,503^{**}
		Знач. (двухсторонняя)	,000
		N	87
	ПРД	Коэффициент корреляции	,465^{**}
		Знач. (двухсторонняя)	,000
		N	87
	ЭК	Коэффициент корреляции	,453^{**}
		Знач. (двухсторонняя)	,000
		N	87
	ИНТ	Коэффициент корреляции	,342^{**}
		Знач. (двухсторонняя)	,001
		N	87
	СД	Коэффициент корреляции	,246[*]
		Знач. (двухсторонняя)	,022
		N	87
	АДТЬ	Коэффициент корреляции	,599^{**}
		Знач. (двухсторонняя)	,000
		N	87
	ДТЬ	Коэффициент корреляции	-,362^{**}
		Знач. (двухсторонняя)	,001
		N	87
	СП2	Коэффициент корреляции	,566^{**}
		Знач. (двухсторонняя)	,000
		N	87

НС	Коэффициент корреляции	-,431**
	Знач. (двухсторонняя)	,000
	N	87
ПРД2	Коэффициент корреляции	,503**
	Знач. (двухсторонняя)	,000
	N	87
НДР	Коэффициент корреляции	-,353**
	Знач. (двухсторонняя)	,001
	N	87
ЭК2	Коэффициент корреляции	,295**
	Знач. (двухсторонняя)	,005
	N	87
ЭД	Коэффициент корреляции	-,415**
	Знач. (двухсторонняя)	,000
	N	87
ВНУК	Коэффициент корреляции	,228*
	Знач. (двухсторонняя)	,034
	N	87
ВНЕК	Коэффициент корреляции	-,326**
	Знач. (двухсторонняя)	,002
	N	87
ДОМ	Коэффициент корреляции	,138
	Знач. (двухсторонняя)	,204
	N	87
ВЕД	Коэффициент корреляции	-,230*
	Знач. (двухсторонняя)	,032
	N	87
ПК	Коэффициент корреляции	-,021
	Знач. (двухсторонняя)	,846
	N	87
М	Коэффициент корреляции	,147
	Знач. (двухсторонняя)	,175
	N	87
А	Коэффициент корреляции	-,021
	Знач. (двухсторонняя)	,846
	N	87
СМР	Коэффициент корреляции	,080
	Знач. (двухсторонняя)	,464
	N	87
СМЖ	Коэффициент корреляции	-,019
	Знач. (двухсторонняя)	,858
	N	87

СЛ	Коэффициент корреляции	,200
	Знач. (двухсторонняя)	,063
	N	87
В	Коэффициент корреляции	,283**
	Знач. (двухсторонняя)	,008
	N	87
ИСЖ	Коэффициент корреляции	,209
	Знач. (двухсторонняя)	,052
	N	87
П	Коэффициент корреляции	,076
	Знач. (двухсторонняя)	,487
	N	87
ОМА	Коэффициент корреляции	,209
	Знач. (двухсторонняя)	,052
	N	87
<p>** . Корреляция значима на уровне 0,01 (двухсторонняя).</p> <p>* . Корреляция значима на уровне 0,05 (двухсторонняя).</p>		

Приложение III

Результаты корреляционного анализа включенности женщины в антифеминистское интернет-сообщество и показателей ее карьерной мотивации (коэффициент г-Спирмена)

			Корреляции					
			Срок участия	Активность в сообществе	Отношение к идеям	Привитие идей детям	Характер изменений	Общая включенность
Ро Спирмена	ПК	Коэффициент корреляции	,030	-,202	-,035	,151	-,185	-,159
		Знач. (двухсторонняя)	,781	,061	,745	,164	,086	,142
		N	87	87	87	87	87	87
	М	Коэффициент корреляции	-,210	-,268*	-,328**	,089	-,216*	-,336**
		Знач. (двухсторонняя)	,051	,012	,002	,411	,045	,001
		N	87	87	87	87	87	87
	А	Коэффициент корреляции	,154	,066	-,166	,138	,085	,072
		Знач. (двухсторонняя)	,154	,546	,125	,202	,434	,509
		N	87	87	87	87	87	87
СМР	Коэффициент корреляции	-,360**	-,164	-,028	,155	-,234*	-,249*	
	Знач. (двухсторонняя)	,001	,130	,796	,153	,029	,020	
	N	87	87	87	87	87	87	
СМЖ	Коэффициент корреляции	,008	-,124	,025	,128	-,158	-,114	
	Знач. (двухсторонняя)	,943	,254	,821	,236	,143	,291	
	N	87	87	87	87	87	87	
СЛ	Коэффициент корреляции	,105	,030	,221*	,298**	,168	,125	
	Знач. (двухсторонняя)	,332	,785	,040	,005	,120	,248	
	N	87	87	87	87	87	87	

В	Коэффициент корреляции	-,290**	-,323**	-,172	,065	-,156	-,322**
	Знач. (двухсторонняя)	,006	,002	,112	,548	,150	,002
	N	87	87	87	87	87	87
ИСЖ	Коэффициент корреляции	-,026	,045	,006	,156	,130	,064
	Знач. (двухсторонняя)	,809	,681	,959	,150	,231	,558
	N	87	87	87	87	87	87
П	Коэффициент корреляции	,049	-,071	-,101	,141	,035	-,090
	Знач. (двухсторонняя)	,650	,513	,350	,194	,750	,409
	N	87	87	87	87	87	87
ОМА	Коэффициент корреляции	-,151	-,238*	-,127	,259*	-,129	-,247*
	Знач. (двухсторонняя)	,163	,026	,239	,016	,232	,021
	N	87	87	87	87	87	87

** . Корреляция значима на уровне 0,01 (двухсторонняя).

* . Корреляция значима на уровне 0,05 (двухсторонняя).