



оригинальная статья

eLibrary EDN: TRFOEW

## Гендерные особенности нарративов в социальной сети ВКонтакте

Рогова Евгения Николаевна

Кемеровский государственный университет, Россия, Кемерово

Российский государственный институт сценических искусств, Россия, Кемерово

eLibrary Author SPIN: 2348-8929

<https://orcid.org/0000-0002-7040-0945>

evgeniarogova4505@gmail.com

Яницкий Леонид Сергеевич

Кемеровский государственный университет, Россия, Кемерово

eLibrary Author SPIN: 8047-6973

<https://orcid.org/0000-0001-8214-8225>

**Аннотация:** Нарратив, отражающий самовосприятие нарратора, является средством самопознания, самообъяснения личности. История рассказчика о самом себе включает концепт прошлого, настоящего и будущего субъекта повествования, в модальности и темах текста проявляются ценности, убеждения, демонстрирующие основы его самоидентификации. Человек объясняет себя и мир с помощью языковых конструктов, включая в нарратив личностный опыт, конструируя тем самым образ Я, влияя на динамику собственной жизни в русле созданной им же самим истории. Так как идентичность представляет собой сложный конструкт, гендер пересекается с личной (ценности, убеждения, таланты), телесной (отношение к телу, его возможностям) и другими социальными идентичностями (национальность, профессия, раса, социальный класс и т. п.). Гендер, являясь языком, с помощью которого человек говорит с миром, отражается в виртуальной коммуникации по-разному: он может определять выбор контента, проявляться в стиле, эмоциональности, в создании профиля, социальном общении, пабликах, комментариях и реакциях к постам, радикализируя взгляды, влияя на выбор ролей и поведение в реальной жизни, выступать средством манипуляции, маркетинговым инструментом, но может маскироваться, размываться и трансформироваться в неопределенный андрогинный способ взаимодействия среди пользователей. Социальные сети стали основной платформой для формирования общественного мнения, виртуальное пространство отражает динамичные процессы, связанные с гендерными характеристиками: на просторах Интернета создаются нарративы, в которых утверждаются гендерные стереотипы, или нормы подвергаются опровержению и динамике, отражая общее явление, происходящее в киберпространстве, – переплетение образов физического и цифрового Я. Изучение гендерных проявлений в нарративах актуально в свете понимания механизмов самоидентификации личности, их отражения, функционирования, прогнозирования и осознания. Цель – изучить гендерные особенности нарративов в социальной сети ВКонтакте. Исследование проводится с помощью применения контент-анализа и дискурс-анализа в русле нарративной психологии. В исследовании проанализировано 10 мужских и 10 женских страниц ВКонтакте, по 20 последних постов с каждой страницы. Всего проанализировано 400 публикаций. Сделан вывод о том, что анализ гендерных особенностей нарративов ВКонтакте продемонстрировал явную гендерную поляризацию в категориях *Критика* и *социальные темы* и *Семья, дети, отношения*.

**Ключевые слова:** нарратив, гендер, дискурс-анализ, контент-анализ, социальная сеть, ВКонтакте, идентичность

**Цитирование:** Рогова Е. Н., Яницкий Л. С. Гендерные особенности нарративов в социальной сети ВКонтакте. *Виртуальная коммуникация и социальные сети*. 2026. Т. 5. № 1. С. 65–74. <https://doi.org/10.21603/vcsn-2026-5-1-65-74>

Поступила в редакцию 05.01.2026. Принята после рецензирования 28.01.2026. Принята в печать 02.02.2026.

original article

## Gender-Based Narratives in the Social Network VKontakte

Evgenia N. Rogova

Kemerovo State University, Russia, Kemerovo

Russian State Institute of Performing Arts, Russia, Kemerovo

eLibrary Author SPIN: 2348-8929

<https://orcid.org/0000-0002-7040-0945>

evgeniarogova4505@gmail.com

Leonid S. Yanitskiy

Kemerovo State University, Russia, Kemerovo

eLibrary Author SPIN: 8047-6973

<https://orcid.org/0000-0001-8214-8225>

**Abstract:** Personal narrative reflects the self-perception of the narrator. In this respect, it is a reliable means of self-cognition and self-explanation. Telling about themselves, the narrator renders the narrative with their own concepts of the past, present, and future. Its modality and themes reveal the values and beliefs behind the narrator's identity. Narrators explain themselves and the world through linguistic constructs that incorporate personal experience. A self-narrative is a self-image that affects the dynamics of the narrator's life in the self-created context. Identity is a complex construct where gender intersects with personal (values, beliefs, talents), physical (attitude to one's own body and what it does), and other social identities, e.g., nationality, profession, race, social status, etc. Gender is the language through which people communicate with the world. In digital communication, it manifests in various ways, e.g., choice of content, style, emotionality, profile features, social interactions, public accounts, comments, etc. It may radicalize the user's attitudes, influence their role choices or behavior patterns in real life, and act as a means of manipulation or a marketing tool. Sometimes, it is camouflaged and blurs into a vague androgynous mode of digital interaction. Social media shape public opinions and reflect dynamic gender-related processes. Online narratives either affirm gender stereotypes, or challenge gender-related social norms, in which case the physical and digital selves may overlap. Gender studies in digital narratives cast light upon the mechanisms of self-identity, their manifestations, functions, patterns, and awareness. This research featured the gender aspects of narratives published in the social network VKontakte. It relied on content analysis, discourse analysis, and narrative psychology. The sampling covered ten male and ten female VKontakte accounts with 20 recent posts from each page, i.e., a total of 400 posts. The narratives demonstrated a clear gender polarization in the categories of *Criticism and social issues* and *Family, children, relations*.

**Keywords:** narrative, gender, discourse analysis, content analysis, social network, VKontakte, identity

**Citation:** Rogova E. N., Yanitskiy L. S. Gender-Based Narratives in the Social Network VKontakte. *Virtual Communication and Social Networks*, 2026, 5(1): 65–74. (In Russ.) <https://doi.org/10.21603/vcsn-2026-5-1-65-74>

Received 5 Jan 2026. Accepted after review 28 Jan 2026. Accepted for publication 2 Feb 2026.

### Введение

Все большая доля коммуникативного взаимодействия современного человека на сегодняшний день связана с электронными каналами, социальными сетями в Интернете. Процессы (в том числе и коммуникации), происходящие в виртуальном мире, становятся предметом изучения самых разных наук, таких как политология, социология, лингвистика, коммуникативистика, психология, культурология, психология рекламы, интегративные междисциплинарные исследования. Как мужчины, так и женщины используют Интернет для повышения уровня

образования, культуры, профессиональной компетенции, саморазвития, творчества, расширения возможностей контактов, саморекламы и развлечения. В постиндустриальном обществе в связи с динамикой социальных, экономических процессов гендерные стереотипы имеют тенденцию к сглаживанию, размыванию. В интернет-пространстве, для которого свойственна анонимность, гендерные роли и характеристики могут иметь специфическое проявление. Определенная свобода самопрезентации в социальных сетях отражается

на сторителлинге, рассказах о себе, процессах нарративов. Проявление гендерных особенностей нарративов в виртуальном мире связано с формированием, воспроизведством, иногда оспариванием социальных стереотипов. Нарративы являются инструментом конструирования гендерной самоидентичности в публичном пространстве. Анализ частоты тем, связанных с гендерными ролями, позволит увидеть доминирующие направления нарративов в данном направлении.

Актуальность работы заключается в том, что исследование поможет повлиять на уровень трансмедийной грамотности, представляющей собой критическое отношение к информации, полученной в социальных сетях по вопросам гендеров; получить информацию о социальных реалиях; расширить представление о коммуникативных процессах, происходящих в социальных сетях. Цель исследования – изучить гендерные особенности нарративов в социальной сети ВКонтакте.

Нарратив в психологии связан с биографической памятью, с самопониманием и развитием личности, ее взаимодействием с культурой, социальной средой [McAdams 2001: 100]. «Самость и индивидуальность появляется только в процессе повествования истории жизни», – утверждает П. Рикер в теории нарративной идентичности [цит. по: Кроссли 2013: 91]. Нарратив, по Й. Брокмейеру и Р. Харре, выступает способом, с помощью которого человек организует свое жизненное пространство и историю, память, намерения, идеи самости или персональной идентичности: «В своем общепринятым и обобщенном смысле нарратив – это имя некоторого ансамбля лингвистических и психологических структур, передаваемых культурно-исторически, ограниченных уровнем мастерства каждого индивида и смесью его или ее социально-коммуникативных способностей с лингвистическим мастерством» [Брокмейер, Харре 2000: 29]. Исследование гендерных особенностей нарративов в социальной сети ВКонтакте демонстрирует разницу способностей нарраторов выражать свои мысли и переживания. Безусловно, психологические, культурные, образовательные, возрастные, профессиональные характеристики авторов постов влияют на тематический и стилистический характер их повествований. Вместе с тем особенности, связанные с гендерной самоидентификацией, в структуре высказывания рассказчика при сопоставлении достаточного для исследования количества нарративов все-таки неизбежно проявляются.

Гендерная идентичность выступает составляющей общей идентичности субъекта, спектр значимости которой варьируется от центральной, контекстной до периферийной роли. Анализ нарративов позволяет приблизиться к личности его создателя, выявить психологические доминанты словесного проекта, механизмы самоидентификации. Гендер является ключевым, но не всегда определяющим элементом идентификации личности. Гендерные характеристики сложные, многоуровневые и динамичные: с детства человеку присваивается половая категория, которая становится одним из первых маркеров социальной идентификации. Значимость гендера зависит от этапа существования конкретного человека, контекста его жизни: профессия, родительство, творчество могут быть более значимыми для самоощущения, а гендерные характеристики становятся фоновыми или, наоборот, являются центральными и влияют на все другие параметры идентификации в конкретный момент времени. Этой проблематике посвящен целый ряд работ, выделим основные направления исследования в интересующем нас направлении, проявлении гендерных характеристик в виртуальном мире.

Дифференциация понятий *пол* и *гендер* осуществляется уже в работе Г. Рубин «Обмен женщинами» 1974 г. Гендер исследовательница определяет следующим образом: система пола / гендера – это набор приспособлений, которыми общество трансформирует биологическую сексуальность в продукты человеческой деятельности [Rubin 1975].

Решающим переломным трудом, в котором проблема гендера была переведена в русло философии и истоков постструктуралистского изменения современной культуры, является работа С. де Бовуар «Второй пол», в которой она вслед за Ж. П. Сартром, изучавшим проблему природной, социальной и телесной свободы индивида [Сартр 2000: 309], утверждает, что как человек «женщина – это не застывшая реальность, а становление» [Бовуар 1997: 46], со всеми вытекающими из этого постулата бытийными темами и проблематикой: соотношением Себя с экзистенциальным целым; противопоставлением Другому; осуществлением Себя как непрекращающегося проекта, обреченного на свободу. Ж. П. Сартр полагает, что отношения подчинения и доминации не являются в культуре определяющими экономическими факторами, а происходят из особенностей глубинных уровней человеческой коммуникации [Сартр 2000: 259]. С. де Бовуар размышляет об экзистенциальной

природе соотношения мужского и женского начал, одна из первых, по мнению И. А. Жеребкиной, разрабатывает и одновременно ставит под сомнение понятия женское мышление и язык, женская литература и письмо, женская субъективность и структура женского опыта [Жеребкина 2000: 15].

Новый аспект в осмысление названных феноменов внес Р. Барт, разрабатывающий категории *смерть автора, письмо, телесность и эротичность текста*, противопоставивший логический текст «тексту-наслаждению», обладающему, с точки зрения автора, характеристиками, традиционно сопоставимыми с женским началом: чувственностью, хаосом, подвижностью, нежностью и мягкостью и т. п. [Барт 1989: 518]. Р. Барт видит в наслаждении текстом свободу и нейтральность: «Текст... – это своего рода островок, он утверждает асоциальную природу удовольствия, ... наслаждение ... всегда нейтрально» [Там же: 473]. Тем не менее в дальнейшем рассуждения Р. Барта о наслаждении тестом были взяты за основу параметров женского письма. Э. Сиксу развивает понятие женского письма, характеризуя его как нелинейное, интертекстуальное, лишенное бинарных оппозиций тела и разума: женский язык – это язык тысячи наречий, которому неведомы ни ограничения, ни смерть, это чудо ощущаемой множественности [Cixous 1976: 889].

В настоящее время гендер рассматривается как социальный пол, определяемый «социально и посредством культуры, являясь культурно и исторически относительным. Его значение, интерпретация и выражение изменяются и внутри, и между культурами, служа объектом исторических перемен<sup>1</sup>. Современные тенденции в изучении гендера связаны с деконструкцией этого понятия, усложнением представлений о нем, более четким разделением понятий *биологический пол, гендерная идентичность, гендерное выражение*, а также осознанием, что гендер следует изучать в контексте таких феноменов, как раса, класс и т. п.

Переводя феномен гендера из философской плоскости, следует отметить, что женская особенность стиля учеными признается. Например, И. Н. Кавинкина, обобщая обширный материал по этому вопросу, выделяет следующие отличительные черты письменных текстов женщин и мужчин: в высказываниях мужчины сразу приступают к делу, а женские высказывания начинаются с зачина;

тематика женских проблем связана с ближним кругом (семья, дети, подруги, муж, одиночество, дружба, предательство), а мужчин интересует дальнее окружение (политика, спорт, экономика, техника); женская речь более эмоциональна и аксиологична, связана с вниманием к внутреннему миру, что проявляется в большем количестве слов, связанных с эмоциями, состояниями, чувствами, аффективной лексикой, междометий, сравнений, эпитетов; для женщин больше характерны эмоциональные, а для мужчин рациональные оценки, апелляция к чужому мнению; женщины чаще используют вопросительные и восклицательные предложения, а мужчины – повелительное наклонение; количество слов в предложениях у женщин больше, они предпочитают простые предложения с сочинительной связью, а мужчины – сложные предложения с подчинительной [Кавинкина 2006]. И. Н. Кавинкина делает вывод, что гендер влияет на выбор языковых средств и языковое поведение. Исследовательница выделяет следующие отличительные гендерные особенности в письменных текстах: мужская речь более активна, чем женская; женская речь менее связна, менее предметна и качественна, чем мужская, в которой мир описывается разнообразно и качественно.

Приступим к обзору статей, посвященных специфике гендерной коммуникации и самопроявления в социальных сетях, необходимость изучения которой отмечают большинство ученых.

П. Л. Хаммак и А. М. Манаго указывают на важность изучения качественными методами нарративов в социальных сетях, отражающих реальную динамику такого сложного и текущего феномена, как гендер. Ученые подчеркивают актуальность исследования нарративов в Интернете, потому что согласно повествовательному подходу к человеческому развитию люди развиваются психологически, создавая смысл своего внутреннего психологического опыта, используя лингвистические ресурсы, доступные в культурных условиях [Hammack, Manago 2025], и этими условиями на сегодняшний день являются социальные медиа.

О. А. Козыякова и О. Л. Кочева, анализируя тексты в гендерном аспекте в различных интернет-медиа, опираясь на существующие представления об особенностях мужской (более категоричной, эгоцентричной, воздействующей на партнера, логичной,

<sup>1</sup> Гендер. Большой толковый социологический словарь, 1999. URL: <https://sociology.niv.ru/doc/dictionary/big-sociological/fc/slovar-195-1.htm#zag-292> (дата обращения: 06.01.2026).

включающей в себя професионализмы, а в быту жаргоны и инвективы) и женской (более метафоричной, выразительной, направленной на коопération с партнером по общению, включающую в себя вежливые слова и избегающую нецензурную лексику) речи, приходят к выводу, что в виртуальном общении гендерные различия и их выраженность связаны с типом дискурса, временем и коммуникативными установками [Козьякова, Кочева 2022].

К. В. Горунова и Д. А. Пелихов, анализируя гендерные особенности коммуникации в интернет-общении, выявили противоречие в стереотипном представлении о мужской и женской коммуникации: мужская речь более эмоциональна, экспрессивна, ей присущее намеренное огрубление речи, мужчины чаще используют отрицательные оценки, инвективы, сниженную лексику [Горунова, Пелихов 2019]. Исследователи отмечают, что женская речь более стандартная, чем мужская, но и более свободная и гибкая. По наблюдениям К. В. Горуновой и Д. А. Пелихова, в смешанных компаниях мужчины говорят больше, часто перебивают, меньше, чем женщины, склонны делать комплименты, тем самым опровергая гендерные стереотипы о разговорчивости женщин.

А. М. Олешкова пишет о дискурсе гендерной асимметрии, являющейся частью сетевого языка, для которого характерны гибкость и сложность, отсутствие эвфемизмов, прямолинейность и открытость игровым стратегиям, а также связь с современной социальной действительностью [Олешкова 2021].

Л. Е. Пак, исследуя феминные и маскулинные нарративы спортивного новостного канала, наряду с общей характерной для всех репортажей чертой, проявляющейся в «диегетической нарративной стратегии» [Пак 2024: 213], выявляет и их особенности: авторы-мужчины используют прием ретардации, включая в текст внеfabульные элементы, авторы-женщины излагают материал с постепенно возрастающей выразительностью; авторы-женщины используют оценочную, эмотивно-обличительную направленность речи, а авторы-мужчины – провокационно-ироническую; авторы-женщины призывают к сопереживанию, а авторы-мужчины – к поддержанию контакта с адресатом с помощью экспрессивной лексики, творческого подхода.

О. В. Крыштановская и А. К. Большунова подчеркивают важную роль социальных сетей в преодолении гендерной асимметрии в целом, отмечая при этом, что в исследуемых ими публикациях

доминируют традиционные гендерные установки [Крыштановская, Большунова 2025]. Например, публикации женщин менее регулярны, но их аудитория, меньшая по размеру, демонстрирует большую вовлеченность. Кроме того, женщины пишут о гендерной проблематике, которую мужчины избегают.

Проблема гендерных стереотипов и основные подходы в их понимании подробно освещаются в работе [Максимова, Масликов 2021]. С точки зрения ученых, гендерные стереотипы в социальной коммуникации являются образами / представлениями. Согласно их мнению, гендерные стереотипы выполняют ряд основных функций: когнитивную, ценностно-защитную, идентифицирующую, регулятивную, оправдательную, ориентирующую, идеологизирующую и дифференцирующую. Гендерные стереотипы, по мнению О. Б. Максимовой и А. А. Масликова, играют как положительно-конструктивную роль, сохраняя традиционные культурные черты социума, так и негативную, способствуя усугублению неравенства по половому признаку.

Е. В. Галанина рассматривает соотношение феноменов гендера и виртуальной телесности в видеоиграх, которое в условиях поля видеогры проявляется в свободных экспериментах и выборах игроков, отражая изменчивость и флюидность идентичности личности в современном мире [Галанина 2025].

Исследование С. Аран-Рамспотт и соавторов посвящено изучению особенностей восприятия средств массовой информации молодыми пользователями социальных сетей, связанных с гендерной идентичностью. Ученых интересовало, могут ли опрашиваемые обнаруживать и критически анализировать материал в социальных сетях, связанный с гендерными стереотипами и их влияниями. Обработка результатов анкетирования в фокус-группах среди девушки и юношей, которым было предложено ответить на вопрос *Как они видят присутствие пола в соцсетях?*, показала, что среди участников-мужчин больше реакций на выражение самоутверждения и самооценки мужчин в массмедиа, а среди участниц больше отзывов было на показ женского тела в пабликах, была продемонстрирована их большая подверженность стандартам красоты, т.к. одержимость внешним образом является частью культуры поколения внешности и общественного одобрения [Aran-Ramspott et al. 2024].

О. Н. Арестова и А. Е. Войскунский, исследуя гендерные аспекты деятельности в Интернете, пришли

к заключению о наличии диаметрально противоположных тенденций: «акцентирование влияния половой принадлежности на дифференциацию половых ролей и реальная тенденция к нивелированию этих различий» [Арестова, Войскунский 2000: 310] в виртуальном пространстве. Ученые выявили заметную разницу в интересах пользователей: женщин меньше интересует информатика, политика, коммерция и больше – образование, искусство, культура, литература, религия. Исследователи также отмечают, что женщин интересует в Интернете возможность личностного роста, получение новых знаний, они чаще, чем мужчины, отмечают мотивы интеллектуальной, творческой самореализации, рекреации, коммуникационного дефицита. В целом авторы согласны с тем, что российский Интернет демонстрирует общую динамику гендерно-социальных процессов общественного прогресса: утрату «структуронирующего влияния гендерного фактора на коммуникацию в компьютерных сетях» [Там же: 312].

Ученые объективно приходят к разным выводам о специфике гендерной коммуникации в Интернете, возможно, это связано с выборкой и направленностью исследования. О. Б. Максимова утверждает, что анализ дискурса в социальных сетях демонстрирует четкую гендерную поляризацию: «публикации женщин располагаются в менее политизированных областях» [Максимова 2020: 9], «женщины более склонны к наглядной визуальной саморепрезентации, чем мужчины. Женщины подчеркивают свою внешность и тело как значимые атрибуты своего гендерного образа, чтобы создать позитивный образ своего "Я". При этом мужчины фокусировались на своей внешности в значительно меньшей степени: они подчеркивали свой профессиональный статус, сосредотачивались на окружающей обстановке, предоставляли групповые фотографии» [Там же: 8]. Данные, полученные О. Б. Максимовой в ходе исследования, показывают, что в виртуальной коммуникации не происходит исчезновение традиционных гендерных различий и ослабление гендерно-ролевых стереотипов, считающихся традиционными.

В. И. Егорова выявила некоторые гендерные различия пользователей в определенных сферах: женщины оценивают общение в социальных сетях более детально и позитивно, чем мужчины, но и для тех, и для других важны характеристики собеседника, связанные с его полом [Егорова 2016].

В работе Н. В. Маслодудовой и О. И. Титовой проводится анализ гендерной специфики коммуникации в виртуальном мире, проявляющейся, с точки зрения авторов, в том, что для женщин важнее, чем для мужчин, расширение круга общения, решение сексуальных проблем, профессиональных вопросов, развития, дополнительного заработка и хобби с помощью социальных сетей. Н. В. Маслодудова и О. И. Титова отмечают, что «женщины в три раза чаще находятся в большем количестве разных сообществ для коммуникации, чем мужчины. И в два раза больше тратят на это времени» [Маслодудова, Титова 2023: 72–73].

С. К. Херринг и Ш. Стоергер опровергают распространенное утверждение, что компьютерная опосредованная коммуникация в силу некоторой анонимности делает пол онлайн-коммуникаторов невидимым и несущественным, что мужчины и женщины на равных получают признание за свой вклад во взаимодействие. Исследуя мультимодальные, мобильные, текстовые коммуникации с 1980 по 2013 гг., авторы приходят к выводу, что компьютерная коммуникация не способствует уравниванию гендерных различий. Участников чата интересует пол коммуникатора; фотографии в социальных сетях и мужчины, и женщины улучшают так, чтобы они были традиционно социально желательными; девушки чаще распространяют в Интернете слухи, а юноши чаще выкладывают оскорбительные видео. С. К. Херринг и Ш. Стоергер констатируют, что гендерные различия не только не нейтрализуются, но, по мнению авторов, имеют тенденцию к усилению [Herring, Stoerger 2014].

Дж. Байли и соавторы также утверждают, что социальные сети воспроизводят традиционные гендерные стереотипы, создавая для девушек противоречивое давление, ограничивая их цифровую активность: поощряют сексуализированную самопрезентацию как социально одобряемую; и одновременно выказывают неодобрение за излишнюю публичность, тем самым поддерживая двойные стандарты [Bailey et al. 2013].

С. Капиджич и С. К. Херринг, проведя анализ 400 фотографий профилей подростков в популярном анонимном чате, выяснили, что выбор фотографий пользователями воспроизводит доминирующие стереотипы пола, расы в средствах массовой информации, что также подкрепляет наблюдение исследователей о наличии гендерной стратификации в виртуальном мире [Kapidzic, Herring 2014].

## Методы и материалы

Методами исследования являются дискурс-анализ и контент-анализ нарративов в социальной сети ВКонтакте. Под нарративом в данном исследовании понимается сюжетно-повествовательная форма, отражающая процесс взаимодействия между социумом и индивидуальным миром личности, результатом которого является идентичность субъекта [Ильин 2004: 276].

В исследовании проанализировано 10 мужских и 10 женских страниц ВКонтакте<sup>2</sup>, по 20 последних постов с каждой страницы. В общей сложности было проанализировано 400 публикаций. За единицу анализа принимается один пост, но в одном посте может быть несколько тем, поэтому итоговое упоминание тем больше числа постов.

## Результаты

В 400 публикациях было выделено девять обобщенных категорий (табл.), упомянутых 252 раза у мужчин и 282 раза у женщин:

- профессия, хобби, самореализация (включая профессиональную деятельность, самопрезентацию (в том числе творческую, нарциссическую), бизнес, хобби, учебу, общественное признание);
- культура, искусство, наука (литература, музыка, кино, театр, живопись, наука, ИИ, филология, философия, религия);
- критика и социальные темы (социальная критика чиновников, бюрократии, общества, критика науки, политики (в критическом или патриотическом ключе));

- природа, путешествия, гедонизм (красота природы, романтика путешествий, путешествия как досуг, городская среда, гедонизм, отдых);
- семья, дети, отношения (семейные ценности, воспитание детей, отношения с супругом / партнером, материнство / отцовство, домашний уют, поколенческие связи);
- патриотизм (патриотизм, гордость за малую родину, национальная идея, война в патриотическом контексте, гражданская позиция);
- юмор, ирония, самоирония; спорт, здоровье, животные;
- дружба, память, чувства (дружба, память об умерших, личные чувства, рефлексия, психология отношений).

Явные гендерные диспропорции выявлены в двух категориях. Мужчины значительно чаще обращаются к темам социальной и политической критики (+10 %), их критика часто носит системный характер (чиновники, бюрократия, общественные явления подвергаются в мужских постах критике).

Женщины абсолютно доминируют в теме семьи, детей и отношений (+17,4 %). Данная тема пронизывает их контент, объединяя быт, материнство, саморефлексию и профессиональные аспекты. В постах нарраторов присутствует общее в обращении к темам профессии и хобби (~25 % и ~23 %), это центральная тема для обеих групп.

Различия касаются самопрезентации: у мужчин (особенно молодых) чаще встречается нарциссическая самопрезентация (демонстрация успеха, статуса, творческого Я). У женщин старшего возраста

Табл. Соотношение выделенных тем в нарративах

Tab. Narrative topics

Темы	Мужчины		Женщины		Разница
	количество	%	количество	%	
Профессия, хобби, самореализация	63	25,0	64	22,7	+2,3 (м)
Культура, искусство, наука	42	16,7	47	16,7	0,0
Критика и социальные темы	36	14,3	12	4,3	+10,0 (м)
Природа, путешествия, гедонизм	31	12,3	25	8,9	+3,4 (м)
Семья, дети, отношения	15	6,0	66	23,4	+17,4 (ж)
Патриотизм, гражданская позиция	18	7,1	14	5,0	+2,1 (м)
Юмор, ирония, самоирония	29	11,5	34	12,1	+0,6 (ж)
Спорт, здоровье, животные	12	4,8	8	2,8	+2,0 (м)
Дружба, память, чувства	6	2,4	12	4,3	+1,9 (ж)

<sup>2</sup> ВКонтакте. URL: <https://vk.com/> (дата обращения: 21.12.2025).

профессиональная тема тесно переплетена со служением (это касается сферы воспитания, театра, культуры) и преодолением сложностей, связанных с совмещением социальных ролей (карьеры и семьи).

В характере культурных и досуговых тем также наблюдается явное различие. Мужчины чаще обращаются к патриотическому культурному контексту (они выражают гордость за русских писателей, героев отечественной истории), их интересуют новые технологии и научные открытия, искусственный интеллект.

Женщины чаще фокусируются на эмоциональном и эстетическом потреблении культуры (они цитируют стихотворения, делятся впечатлениями от спектаклей и фильмов), искусство для них – это своего рода терапия, а их путешествия чаще связаны с семьей, возлюбленным или профессиональными поездками, командировками, о которых они с гордостью пишут.

Эмоциональный тон и рефлексия у мужчин носят более агрессивный характер: юмор в их историях часто саркастичный, сатирический, направленный на социум, вовне. Социальная критика в мужских постах имеет обличительный, жесткий характер. Рефлексия присутствует, но часто в рамках философских или профессиональных тем.

У женщин юмор чаще бытовой, самоироничный, жизнеутверждающий. Социальная критика мягче и затрагивает конкретные жизненные ситуации. У женщин нарративы психологически разработаны, в них присутствуют темы внутреннего мира, чувств, отношений с подругами, коллегами, детьми и саморефлексии (поиск себя, смысла жизни, баланса).

Поколенческие различия внутри групп связаны с тем, что мужчины старшего поколения (50+) пишут о патриотизме, проблемах воспитания молодежи, выражают социальную критику, а молодые авторы 20–30 лет посвящают свои посты самопрезентации, творческой самореализации, хобби.

## Литература / References

- Арестова О. Н., Войсунский А. Е. Гендерные аспекты деятельности в Интернете. *Гуманитарные исследования в Интернете*, ред. А. Е. Войсунский. М.: Можайск-Терра, 2000. С. 290–313. [Arestova O. N., Voiskunsky A. E. Gender aspects of Internet activity. *Humanitarian research on the Internet*, ed. Voiskunsky A. E. Moscow: Mozhaysk-Terra, 2000, 290–313. (In Russ.)]
- Барт Р. Удовольствие от текста. In: Барт Р. *Избранные работы: Семиотика: Поэтика*. М.: Прогресс, 1989. С. 462–519. [Barthes R. The pleasure of the text. In: Barthes R. *Selected works: Semiotics: Poetics*. Moscow: Progress, 1989, 462–519. (In Russ.)]

Семейные женщины и женщины старше 30 лет поднимают тему совмещения профессии и семьи. Молодые девушки (студентки) чаще делают акцент на визуальной самопрезентации и личностном росте.

Таким образом, дискурс-анализ нарративов продемонстрировал приверженность женщин темам семьи, отношений. Для женских текстов характерна большая нюансировка в раскрытии внутренних переживаний и чувств, семейная тема раскрывается чаще и гораздо подробнее, чем в постах у мужчин. Темы литературы, искусства в рассказах женщин характеризуются более глубокой разработкой.

## Заключение

Анализ гендерных особенностей нарративов ВКонтакте продемонстрировал явную гендерную поляризацию в категориях *Критика и социальные темы* и *Семья, дети, отношения*. Как показало исследование, в анализируемой выборке мужской дискурс в большей степени социально-критический и ориентированный на самоутверждение в профессиональной / творческой сфере, публичный. Для женского дискурса характерен интимно-рефлексивный тон, фокусировка на сферах семьи, отношений и внутреннего мира, касающаяся практически всех других тем и категорий.

**Конфликт интересов:** Авторы заявили об отсутствии потенциальных конфликтов интересов в отношении исследования, авторства и / или публикации данной статьи.

**Conflict of interests:** The authors declared no potential conflict of interests regarding the research, authorship, and / or publication of this article.

**Критерии авторства:** Авторы в равной степени участвовали в подготовке и написании статьи.

**Contribution:** All the authors contributed equally to the study and bear equal responsibility for the information published in this article.

- Бовуар С. де. Второй пол. М.-СПб: Прогресс, 1997. 832 с. [Beauvoir S. de. *The second sex*. Moscow-St. Petersburg: Progress, 1997, 832. (In Russ.)]
- Брокмейер Й., Харре Р. Нарратив: проблемы и обещания одной альтернативной парадигмы. *Вопросы философии*. 2000. № 3. С. 29–42. [Brockmeier J., Harre R. Narrative: The problems and promises of an alternative paradigm. *Voprosy Filosofii*, 2000, (3): 29–42. (In Russ.)]
- Галанина Е. В. Гендер и виртуальная телесность в видеоиграх. *Вестник Томского государственного университета. Культурология и искусствоведение*. 2025. № 58. С. 41–52. [Galanina E. V. Gender and virtual body in video games. *Tomsk State University Journal of Cultural Studies and Art History*, 2025, (58): 41–52. (In Russ.)] <https://doi.org/10.17223/22220836/58/5>
- Горунова К. В., Пелихов Д. А. Отражение гендерных особенностей коммуникации в интернет-общении. *Язык. Культура. Коммуникации*. 2019. № 1. С. 73–82. [Gorunova K. V., Pelikhov D. A. Peculiarities of gender features of communication in Internet. *Language. Culture. Communications*, 2019, (1): 73–82. (In Russ.)] URL: <https://journals.susu.ru/lcc/article/view/733/972> (дата обращения: 06.01.2026).
- Егорова В. И. Гендерные особенности виртуальной коммуникации. *Известия Юго-Западного государственного университета. Серия: Лингвистика и педагогика*. 2016. № 4. С. 99–106. [Egorova V. I. Gender peculiarities of virtual communication. *Proceedings of the SouthWest State University. Series: Linguistics and Pedagogy*, 2016, (4): 99–106. (In Russ.)] <https://elibrary.ru/xrgyef>
- Жеребкина И. А. «Прочти мое желание...». Постмодернизм, психоанализ, феминизм. М.: Идея-Пресс, 2000. 256 с. [Zherebkina I. A. "Read my wish...". Postmodernism, psychoanalysis, and feminism. Moscow: Idea-Press, 2000, 256. (In Russ.)]
- Ильин И. П. Нарратив. *Западное литературоведение XX века*, ред. Е. А. Цурганова. М.: Intrada, 2004. С. 275–277. [Ilyin I. P. Narrative. *Western literary criticism of the XX century*, ed. Tsurganova E. A. Moscow: Intrada, 2004, 275–277. (In Russ.)]
- Кавинкина И. Н. Проявление гендера в речевом поведении носителей русского языка. Гродно: ГрГУ, 2006. [Kavinkina I. N. Manifestation of gender in the speech behavior of native Russian speakers. Grodno: GSU, 2006. (In Russ.)]
- Козыякова О. А., Кочева О. Л. Гендерный аспект языка блогосферы. *Russian Linguistic Bulletin*. 2022. № 1. С. 122–126. [Kozyakova O. A., Kocheva O. L. Gender aspect of the language of the blogosphere. *Russian Linguistic Bulletin*, 2022, (1): 122–126. (In Russ.)] <https://doi.org/10.18454/RULB.2022.29.1.31>
- Кроссли М. Л. Нарративная психология. Самость, психологическая травма и конструирование смыслов. Харьков: Гуманитарный центр, 2013. 284 с. [Crossley M. *Introducing narrative psychology. Self, trauma and the construction of meaning*. Kharkiv: Humanitarian Centre, 2013, 284. (In Russ.)]
- Крыштановская О. В., Больщунова А. К. Новые технологии и гендерная асимметрия. *Женщина в российском обществе*. 2025. № 4. С. 5–22. [Kryshchanovskaya O. V., Bolshunova A. K. New technologies and gender asymmetry. *Woman in Russian society*, 2025, (4): 5–22. (In Russ.)] <https://doi.org/10.21064/WinRS.2025.4.1>
- Максимова О. Б. Гендерные особенности в Интернет-коммуникации: коммуникативные практики и стратегии самопрезентации в социальных сетях. *Мир науки. Социология, филология, культурология*. 2020. Т. 11. № 3. С. 1–12. [Maximova O. B. Gender differences online: Communication practices and representation strategies in social networks. *World of Science. Series: Sociology, Philology, Cultural Studies*, 2020, 11(3): 1–12. (In Russ.)] <https://elibrary.ru/vafnqp>
- Максимова О. Б., Масликов А. А. Гендерные стереотипы как разновидность социальных стереотипов: функции в социальной коммуникации. *Мир науки. Социология, филология, культурология*. 2021. Т. 12. № 3. С. 1–13. [Maximova O. B., Maslikov A. A. Gender stereotypes as a variety of social stereotypes: Functions in social communication. *World of Science. Series: Sociology, Philology, Cultural Studies*, 2021, 12(3): 1–13. (In Russ.)] <https://elibrary.ru/uyssz>
- Маслодудова Н. В., Титова О. И. Гендерные особенности коммуникации в виртуальной среде. *Социология*. 2023. № 1. С. 71–78. [Maslodudova N. V., Titova O. I. Gender features of communications in a virtual environment. *Sotsiologiya*, 2023, (1): 71–78. (In Russ.)] <https://elibrary.ru/hfrbsq>
- Олешкова А. М. Дискурс гендерной асимметрии в социальных сетях: методология исследования. *Коммуникология*. 2021. Т. 9. № 1. С. 67–78. [Oleshkova A. M. Discourse of gender asymmetry in social media: Methodology of research. *Communicology*, 2021, 9(1): 67–78. (In Russ.)] <https://doi.org/10.21453/2311-3065-2021-9-1-67-78>

- Пак Л. Е. К вопросу о гендерной специфике спортивного новостного нарратива. *Litera*. 2024. № 8. С. 212–224.  
[Pak L. E. On the issue of the gender specificity of the sports news narrative. *Litera*, 2024, (8): 212–224. (In Russ.)]  
<https://doi.org/10.25136/2409-8698.2024.8.71281>
- Сартр Ж. П. Бытие и ничто: Опыт феноменологической онтологии. М.: Республика, 2000. 693 с. [Sartre J. P. *Being and nothingness: An essay on phenomenological ontology*. Moscow: Respublika, 2000, 693. (In Russ.)]
- Aran-Ramspott S., Korres-Alonso O., Elexpuru-Albizuri I., Moro-Inchaustieta A., Bergillos-García I. Young users of social media: An analysis from a gender perspective. *Frontiers in Psychology*, 2024, 15. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2024.1375983>
- Bailey J., Steeves V., Burkell J., Regan P. Negotiating with gender stereotypes on social networking sites: From "bicycle face" to Facebook<sup>3</sup>. *Journal of Communication Inquiry*, 2013, 37(2): 91–112. <https://doi.org/10.1177/0196859912473777>
- Cixous H. The Laugh of meduso. *The University of Chicago Press*, 1976, 1(4): 875–893. URL: <https://blogs.law.columbia.edu/nietzsche1313/files/2017/04/The-Laugh-of-the-Medusa.pdf> (accessed 12 Dec 2025).
- Hammack P. L., Manago A. M. The psychology of sexual and gender diversity in the 21st century: Social technologies and stories of authenticity. *American Psychologist*, 2025, 80(3): 375–388. <https://doi.org/10.1037/amp0001366>
- Herring S. C., Stoerger S. Gender and (A)nonymity in computer-mediated communication. *The handbook of language, gender and sexuality*, eds. Ehrlich S., Meyerhoff M., Holmes J. Chichester, UK: John Wiley & Sons, 2014, 567–586. <https://doi.org/10.1002/9781118584248.ch29>
- Kapidzic S., Herring S. C. Race, gender, and self-presentation in teen profile photographs. *New media & Society*, 2014, 17(6): 958–976. <https://doi.org/10.1177/1461444813520301>
- McAdams D. P. The psychology of life stories. *Review of General Psychology*, 2001, 5(2): 100–122. <https://doi.org/10.1037/1089-2680.5.2.100>
- Rubin G. The traffic in women: Notes on the "political economy" of sex. *Toward an anthropology of women*, ed. Reiter R. R. New York-London: Monthly Review Press, 1975, 157–210. URL: <https://philpapers.org/archive/rubtti.pdf> (accessed 6 Jan 2026).

<sup>3</sup> Компания *Meta Platforms*, владеющая социальными сетями *Facebook* и *Instagram* и онлайн-мессенджером *WhatsApp*, признана экстремистской организацией, ее деятельность запрещена на территории РФ. *Meta Platforms, the parent company of Facebook, Instagram and WhatsApp Messenger, is banned in the Russian Federation as an extremist organization*