

Научная статья

УДК 811.161.1'246.4

DOI: 10.24412/2076-913X-2026-262-166-183

СТЕРЕОТИПЫ МАСКУЛИННОСТИ В ИНТЕРНЕТ-КОММУНИКАЦИИ (НА МАТЕРИАЛЕ МЕМОВ)

Маркина Людмила Витальевна¹,
Глебова Анна Васильевна²

^{1,2} Московский городской педагогический университет,
Москва, Россия,

¹ markina.lv@mail.ru, <https://orcid.org/0000-0003-0391-0029>

² anna-gleb@yandex.ru

Аннотация. Исследование посвящено рассмотрению представлений о маскулинности и ее критериях в условиях так называемого кризиса маскулинности на материале интернет-мемов — репрезентантов современного социокультурного контекста. Актуальность данной работы обусловлена необходимостью в атмосфере существующего в отечественном социуме гендерного напряжения анализа трансформационных процессов, происходящих в интерпретировании и практиках объективации маскулинности, и их динамики. Цель исследования — выявление и описание переформатирования представлений о маскулинности и реакции на изменения, актуализированные в интернет-пространстве, отражающие ценностные установки современного отечественного социума. Источниками материала для анализа послужили интернет-платформы развлекательных каналов для обмена новостями. Методы исследования: описательный, сплошной выборки, количественный, культурологического и контекстуального анализа. В статье проанализированы характеристики маскулинности, значимые и престижные для современной мужской и женской отечественной аудитории. Установлено, что образец настоящего мужчины, который проявляет качества-репрезентанты гегемонной маскулинности, являющиеся наследием патриархального социального порядка (доминантность, властность, исполнение роли добытчика, кормильца и защитника), глубоко внедрен в сознание носителей русского языка как нормативный образец. Показан запрос социума на большее разнообразие характеристик мужественности, включение в их состав черт, отличных от патриархального гендерного канона — гегемонной мужественности. На примере выявленного изменения сущностного содержания пологендерной роли главы семьи продемонстрировано наличие гендерно-ролевого стресса, обуславливающее эклектичность и размытость представлений о настоящем мужчине в современном социуме. Приведенные в статье материалы позволяют констатировать осуществляющийся в современном отечественном социуме процесс изменения, расширения критериев маскулинности, более гибкого ее толкования, продемонстрировать его динамику, а также свидетельствуют о сопровождающей его на данном этапе слабой адаптации к новой гендерной реальности как мужчин, так и женщин.

Ключевые слова: гендерные стереотипы, маскулинность, интернет-коммуникация, мем, патриархальность.

Для цитирования: Маркина, Л. В., Глебова, А. В (2026). Стереотипы маскулинности в интернет-коммуникации (на материале мемов). *Вестник МГПУ. Серия «Филология. Теория языка. Языковое образование»*, 2(62), 166–183. <https://doi.org/10.24412/2076-913X-2026-262-166-183>

Original article

UDC 811.161.1'246.4

DOI: 10.24412/2076-913X-2026-262-166-183

STEREOTYPES OF MASCULINITY IN INTERNET COMMUNICATION (BASED ON MEMES)

**Lyudmila V. Markina¹,
Anna V. Glebova²**

^{1, 2} Moscow City University,
Moscow, Russia,

¹ markina.lv@mail.ru, <https://orcid.org/0000-0003-0391-0029>

² anna-gleb@yandex.ru

Abstract. This study examines ideas about masculinity and its criteria in the context of the so-called masculinity crisis using internet memes as a representative element of the contemporary sociocultural context. The relevance of this work stems from the need, in the context of gender tension in Russian society, to analyze the transformational processes occurring in the interpretation and practice of objectifying masculinity, as well as their dynamics. The purpose of this study is to identify and describe the reformatting of ideas about masculinity and the reaction to changes actualized in the online space, which reflects the value attitudes of contemporary Russian society. The sources of material for the analysis were internet platforms that are entertainment channels for exchanging news. Research methods include descriptive, continuous sampling, quantitative, and cultural and contextual analysis. The article analyzes the characteristics of masculinity that are significant and prestigious for modern male and female Russian audiences. It has been established that the model of a real man who exhibits qualities representative of hegemonic masculinity, a legacy of the patriarchal social order (dominance, authority, fulfilling the roles of provider, breadwinner, and protector), is deeply ingrained in the consciousness of Russian speakers as a normative model. A societal demand for a greater diversity of masculinity characteristics, including traits distinct from the patriarchal gender canon of hegemonic masculinity, is demonstrated. Using the example of the identified change in the essential content of the gender role of the head of the family, the presence of gender-role stress is demonstrated, leading to eclecticism and blurred ideas about a real man in modern society. The materials presented in the article allow us to acknowledge the process of change taking place in contemporary Russian society, expanding the criteria of masculinity, and more flexible interpretations of it.

They demonstrate the dynamics of this process and also testify to the accompanying weak adaptation to the new gender reality of both men and women.

Keywords: gender stereotypes, masculinity, internet communication, meme, patriarchy.

For citation: Markina, L. V., & Glebova, A. V. Stereotypes of masculinity in internet communication (based on memes). *MCU Journal of Philology. Theory of Linguistics. Linguistic Education*, 2(62), 166–183. <https://doi.org/10.24412/2076-913X-2026-262-166-183>

Введение

Обращение к исследованию стереотипов маскулинности обусловлено актуальностью для отечественного социума проблемы осмысления происходящих изменений в сложившейся гендерной системе с маскулинностью и феминностью как ее базовыми характеристиками.

В современных социокультурных реалиях с их трансформацией социальных ценностей, норм, установок и представлений, в том числе гендерных, на лингвистическом уровне возникает настоятельная необходимость в выявлении, описании и анализе детерминированных этими процессами новых представлений и складывающихся стереотипов маскулинности в различных типах дискурсов и на разнообразном языковом материале, в частности в интернет-мемах. Стереотипы маскулинности, транслируемые в интернет-мемах, насколько известно, предметом специального анализа не были.

Цель исследования — выявить и описать гендерные представления о маскулинности, актуализированные в единицах интернет-дискурса — интернет-мемах, в их обусловленности социокультурным контекстом.

Материалом исследования послужили интернет-мемы с гендерным компонентом «маскулинность» общим объемом 160 единиц, извлеченные из интернет-каналов: платформа «Пикабу» (<https://pikabu.ru>), сайт «АйДаПрикол» (<https://idaprikol.ru/>) информационная площадка «Пинтерест» (Pinterest), социальная сеть «Фотострана» (m.fotostrana.ru); телеграм-каналы: «Женский юмор» (428 тыс. подписчиков), «Мемач» (4 018 252 подписчика) и некоторые другие. В работе интернет-мемы приводятся с оригинальным текстом и знаками препинания.

Методы исследования

В работе используются следующие методы: описательно-сопоставительный, контекстуального анализа, приемы лингвокультурологического анализа и методик исследования креолизованного текста, сплошной выборки интернет-единиц с гендерным компонентом «маскулинность», количественный метод.

Методологической основой описания фактического материала служит теория социального конструирования гендера, представление маскулинности как явления, зависимого от социокультурного контекста и задаваемой культурой основы гендерной иерархизации общества. Анализ материала ориентирован на междисциплинарность, позволяющую через привлечение данных из других научных областей переосмысливать известные ранее явления.

Одним из новых и значимых источников гендерной информации на современном этапе развития общества становится такой феномен интернет-коммуникации, как интернет-мем. В «Оксфордском толковом словаре» мем определяется как «изображение, видео, фрагмент текста и др., как правило, юмористического характера, которое быстро копируется и распространяется пользователями интернета, часто с небольшими вариациями»¹. Мы разделяем понимание этого феномена, представленное М. Кронгаузом: «Под интернет-мемом подразумевается любая, но короткая информация (слово или фраза, изображение, мелодия и т. п.), мгновенно и неожиданно ставшая модной и воспроизводящаяся в интернете, как правило, в новых контекстах или ситуациях» (Кронгауз, 2012, URL).

Р. Докинз, впервые использовавший понятие «мем» для обозначения единицы культурной информации в своей книге «The Selfish Gene» в 1976 году (Докинз, 2013), прямыми предшественниками интернет-мемов в прошлые эпохи называет речевые клише, крылатые фразы и паремии. Исследователи рассматривают мем в широком смысле как некий механизм распространения и хранения культурной информации, поскольку практически мгновенная передача и тиражирование этих единиц могут быть объяснены прежде всего интересом к конкретному культурному явлению, которое и порождает мем (Щурина, 2012, с. 162). Мем как реакция, таким образом, становится показателем отношения интернет-пользователя к тому или иному событию или явлению, в частности к трансформации гендерной категории маскулинности в текущей реальности. Интернет-мемы исследователи рассматривают как один из самых популярных креолизованных текстов (Карташова, Ахметзянова, 2019), т. е. как «особый лингвовизуальный феномен, текст, в котором вербальный и изобразительный компоненты образуют одно визуальное, структурное, смысловое и функциональное целое, обеспечивающее его комплексное прагматическое воздействие на адресата» (Анисимова, 2003, с. 63). Их относят также вместе с шутками, анекдотами, демотиваторами и др. к «комическим аттрактивам (по классификации интернет-текстов В. И. Карасика), т. е. к текстам, предназначенным для удовольствия читателей и состоящим в карнавальном переворачивании стереотипных представлений, мнений и способов поведения (Карасик, 2019).

Юмористической коннотацией этих единиц авторы выражают свое отношение к явлениям окружающего (Кронгауз, 2012).

¹ Oxford Dictionaries. Meme. *Oxford Dictionaries*. <https://en.oxforddictionaries.com/definition/meme>

Под гендерными стереотипами мы вслед за А. В. Кирилиной понимаем культурно и социально обусловленные мнения и пресуппозиции о качествах, атрибутах и нормах поведения представителей обоих полов, которые отражены на всех уровнях языка и тесно связаны с формами выражения оценки в языке (Кирилина, 2002, с. 98). Гендерные стереотипы продуцируются прежде всего гендерной идеологией и социализацией, культурными факторами.

Изученность проблемы

Теоретической базой исследования стали труды зарубежных и российских авторов, посвященные проблеме гендера, воздействию гендерного фактора культуры на конкретную личность и социум (М. Messner, R. Connell, С. Бем, И. И. Булычев, Л. М. Богатова и др.), работы по рассмотрению маскулинности и феминности как гендерных стереотипов и описанию языковых средств их конструирования (А. В. Кирилина, А. Г. Фомин, Е. С. Гриценко и др.), репрезентации маскулинности в различных типах дискурсов (У. С. Захарова, Е. С. Зиновьева, М. В. Мудрая, Н. С. Шушанян и др.); труды по общим вопросам социологии и анализу трансформаций маскулинности в современном российском социуме (И. С. Кон, Е. А. Здравомыслова, А. А. Темкина, В. А. Лабунская, С. В. Ушакин и др.); а также работы по анализу специфики интернет-общения и жанрам интернет-текстов, в частности интернет-мемов (Р. Докинз, М. Кронгауз, Т. Н. Колокольцева, В. И. Карасик, Е. И. Горошко и др.).

Понятие «маскулинность» появилось в отечественных научных исследованиях в конце XX века в рамках гендерной психологии благодаря И. С. Кону (Кон, 2009, с. 44–46). В лингвистическом аспекте эту гендерную категорию в отечественном исследовательском поле анализируют преимущественно в сопоставлении или с феминностью, или с ее реализацией в других языках (В. А. Ефремов, Е. С. Зиновьева, У. С. Захарова, Е. А. Фурса и др.). В трудах ученых отмечается отсутствие однозначного определения маскулинности. В нашей работе термин «маскулинность» понимается как поведение, социальные роли и свойства, приписываемые мужчинам в конкретном обществе, сообществе или институте, а также культурные значения, атрибутируемые мужчинам и их опыту (Здравомыслова, Темкина, 2018, с. 54). В центре внимания ученых была традиционная, в другой терминологии нормативная, эталонная, гегемонная маскулинность.

Прослеживаемые с конца XX века преобразования гендерной идеологии и гендерного порядка, отражающие изменения социально-экономических условий в процессе глобального переустройства мира, вызвали явление так называемого кризиса маскулинности, активно исследуемого прежде всего социологами (И. И. Булычев, И. С. Кон, Л. М. Богатова, С. В. Ушакин, В. А. Лабунская и др.) и требующего рассмотрения в лингвистическом аспекте.

Ученые отмечают выявленную И. С. Коном комплексность изменений в гендерной системе, связанных с экономической, властно-политической, брачно-семейной, сексуальными областями, особенностями гендерной социализации, общественных представлений и внутригендерных отношений, а также сферой телесного и эмоциональности (Зайцева, 2011). Установлено отсутствие единого канона маскулинности. Кроме традиционной маскулинности, выделяются новые формы — *нереализованная маскулинность* (И. С. Кон), *несостоявшаяся маскулинность* (И. Н. Тартаковская), *естественная маскулинность* (С. А. Ильиных) и др. Нам представляется наиболее целесообразным обращение к *естественной маскулинности* (Ильиных, 2011, с. 109), отличающейся от гегемонной большей вариативностью моделей мышления и поведения мужчин.

Результаты

Интернет-мемы фиксируют изменения в гендерной картине мира, касающиеся существующих форм маскулинности, и, главное, отношение к этому явлению в отечественном социуме.

Для традиционного социума характерна патриархальная концепция гендерного устройства, наличие устоявшихся гендерных отношений, предусматривающих главенствующую роль мужчины в семье и социуме, где женщине отводится второстепенная роль. Общественно одобряемым примером для мужчин являются особенности поведения, соответствующие *гегемонной маскулинности*. И. С. Кон определяет гегемонную маскулинность как социокультурный нормативный образец, которому мужчины и мальчики пытаются соответствовать (образ настоящего мужчины) (Кон, 2010, с. 102). Такой образец включает в себя, например, следующие личностные качества: властность, умение принимать решения, ответственность, уверенность в себе, решительность, стремление к успеху, бесстрашие. Настоящий мужчина «физически силен, менее эмоционален и более эгоцентричен» (Слезкина, 2012, с. 90).

Интернет-мемы демонстрируют, что ряд характеристик традиционно понимаемой маскулинности, описывающих настоящего мужчину, остаются высокоценными и для современного отечественного общества, в котором предпочтительны такие мужские качества (репрезентанты гегемонной маскулинности), как сильный характер, успешность и, как следствие, материальная обеспеченность, сексуальность, а также щедрость.

Особенно наглядно притягательность подобных черт традиционно понимаемой маскулинности проявляется в обсуждении образа настоящего мужчины как партнера для отношений (мужа), что активно поддерживается мемами. Мужчина без денег в некотором роде вообще не рассматривается как представитель мужского пола (см. рис. 1).

Как говорила Изольда Марковна. Мужчина без денег – это подруга



Источник: <https://ru.pinterest.com/pin/726698089858352702/>

Рис. 1 / Fig. 1



Источник: https://gigi.click/picture/kak-zastavit-babotek-v-zivote-poratsli-tam-kartosetka-i-kotletok-pat-MjkyMDU3MA?utm_medium=organic&utm_source=yandexsmartcamera

Рис. 2 / Fig. 2

Изображенная на картинке пожилая и потому знающая жизнь интеллигентного вида женщина преподносится мемом в роли лучшей наставницы при выборе достойного кандидата.

Если у мужчины нет достаточной материальной базы, то ему совсем не следует начинать отношений с женщинами.

Креолизованный текст транслирует уничижительное отношение автора следующего мема к неимущему мужчине: тот, кто не может ничего предложить женщине, равен путающейся под ногами собачке (рис. 2).

Мемы в ряде случаев напрямую называют и перечисляют качества, трактуемые в современном социуме как характерные для настоящих мужчин: умение зарабатывать, уверенность в себе, решительность, физическая сила, способность выполнять обещания, делать женщину счастливой. По мнению создателей интернет-мемов, именно таких мужчин женщина склонна выбирать для отношений.

Беседуют мужчина и женщина (рис. 3):

Она: — Нормальных мужиков не осталось!

Он: — Будь честной.

Она: — Честно! Современные мужики никак не хотят остепениться!

Он: — Честнее!

Она: — Просто я хочу выйти замуж за успешного, умного, щедрого и богатого мужика, при этом сама я ничего из себя не представляю.

Он: — Спасибо.



Источник: <https://idaprikol.ru/tags/%D0%B-F%D0%B8%D0%B9>

Рис. 3 / Fig. 3

Мальчик: я все оплачу
Мужчина:



Источник: https://cdn.gigi.click/data/upload/UID248057_1739770681_47.jpg

Рис. 4 / Fig. 4

С очевидностью можно утверждать, что в данном случае срабатывает фактор многовековой, подкрепленной религиозными догмами, культурными нормами, традициями и социальным окружением укорененности в общественном сознании установки: мужчина — добытчик, кормилец. Материальная обеспеченность, уровень жизни зависят от него, его возможностей полностью содержать женщину, семью.

Мемы наглядно показывают, что отечественное социальное окружение в своей основе продолжает разделять идеологию гегемонной маскулинности с ее культом силы, властности, доминирования, эмоционального контроля и рациональности как нормативную, правильную и ожидать от мужчин соблюдения ее норм.

Однако наряду с констатацией крайней устойчивости гендерного стереотипа *мужчина-добытчик, мужчина-кормилец* мемы информируют о перспективе его разрушения, демонтажа, свидетельствуя, что мужчины могут жить и живут на средства женщины (рис. 4).

Изображения молодых, сильных мужчин подчеркивают пейоративность смысла мемов (такие мужчины могли бы и должны обеспечивать себя сами, однако предпочитают жить за счет женщины) и одновременно оставляют место для дискуссии в обозримом будущем о критериях маскулинности в современных реалиях (см. рис. 5 на с. 174).

Нормативная, гегемонная, маскулинность являет собой идеализированный конструкт. В реальности мужчины всегда обладали и качествами, по определению нехарактерными для этого конструкта, — факт, подтверждаемый языковым материалом. Так, в русской диалектной речи бранные номинации

Это могли быть мы с
тобой, но ты не заработала
нам денег на путёвку



Источник: https://s00.yaplakal.com/pics/pics_original/4/4/2/20337244.jpg

Рис. 5 / Fig. 5

Поскольку частью «идеологии мужественности» выступает норма антиженственности — дистанцирование мужчин от предписываемых женщинам «отприродных» качеств, моделей поведения, занятий, женских видов деятельности, воспринимаемых как понижающие их статус и роняющие их мужское достоинство, признание наличия у мужчины качеств, приписываемых прежде всего женщинам, в патриархальном обществе было стигматизированным. Убедительным подтверждением этого факта служат устойчивые сравнения, где объектом сравнения выступает женщина (номинация «баба»), а субъектом — мужчины, не вписывающиеся в представление о нормативной маскулинности из-за наличия немужских качеств — *как баба / как базарная баба: разревётся, как баба; выболтать что-то, как базарная баба* (Глебова, 2025, с. 4720). Сравнение с бабой означало разрушение мужской репутации: *как баба* — это позорно и недостойно для мужчины.

Интернет-мемы фиксируют связанные с ориентацией на современные реалии и социальные запросы изменения во взглядах на атрибутивные свойства мужественности, отражают процесс осознания важности естественного, без следования строгим рамкам настоящего мужчины, поведения представителей мужского пола.

Так, в представлении об идеальном муже появляются желательные характеристики, которые не соотносятся с традиционно понимаемой мужественностью и укоренившейся в общественном сознании установкой, что мужчине по статусу не положено заниматься домашними хозяйственными делами (рис. 6).

Ироническая коннотация мема выражает критическое отношение к имеющемуся положению дел и тем самым актуализирует посыл к его изменению.

мужчин выявляют признаваемые патриархальным социумом чисто женскими качества и черты характера, которые не могут считаться нормой для представителей мужской половины человечества, — бесхарактерность, неэффективность, безответственность, лень, болтливость и пр. (продыра, чужеспинник, болона, галах, тупяк и др.) (Маркина, 2015). «...Заостренно негативная оценочная эмоционально экспрессивная семантика бранных слов и характеристик ярко отражает систему стереотипных предписаний, представлений и ожиданий, в частности гендерных, которые существуют в том или ином социуме, характеризую специфику восприятия гендера» (Маркина, 2018, с. 197).

Идеальный муж — это тот, который вовремя приходит домой, покупает продукты, готовит еду, моет посуду, занимается с детьми. Отсюда вывод: Идеальный муж — это жена.

Источник: https://m.fotostrana.ru/public/post/232954/1151544813/?utm_medium=organic&utm_source=yandexsmartcamera

Рис. 6 / Fig. 6

- Как называется отец, который присутствовал в жизни ребёнка только по документам? - Папка для бумаг.

Источник: https://m.fotostrana.ru/public/post/231923/2745315780/?utm_medium=organic&utm_source=yandexsmartcamera

Рис. 7 / Fig. 7

В обществе формируется запрос на «осознанное отцовство», т. е. включенность в уход за детьми и их воспитание начиная с младенческой поры, что также всегда считалось и по традиции продолжает считаться исключительно женским делом. Саркастично представлен типичный образ отца в меме (рис. 7). Мемы также демонстрируют отчужденность отца, отсутствие желания общаться с ребенком (рис. 8).

Однако в целом ряде мемов манифестируется активное (со своей спецификой) участие отцов в жизни своих детей. Папы не привыкли много времени тратить на воспитание и поэтому используют современные технологии (рис. 9; см. рис. 10 на с. 176). Методы воспитания современных отцов более суровые, чем у матерей (см. рис. 11 на с. 176). Зато с папой весело, он может проявить фантазию и сам любит развлечься (см. рис. 12–13 на с. 176).



Источник: https://www.anekdot.ru/i/caricatures/normal/20/1/11/papa-znaet-cto_38107.jpg

Рис. 8 / Fig. 8



Источник: https://forum.cxem.net/topic/200204page995/?utm_medium=organic&utm_source=yandexsmartcamera-%D1%8E%D0%B-C%D0%BE%D1%80/

Рис. 9 / Fig. 9



Источник: https://demotivatorium.ru/ssstorage/3/2015/05/05125410869274/demotivatorium_ru_udalennoe_vospitanie_87656.jpg

Рис. 10 / Fig. 10



Источник: https://m.fotostrana.ru/public/post/235984/2401073000/?utm_medium=organic&utm_source=yandexsmart-camera

Рис. 11 / Fig. 11



Источник: https://ru.pinterest.com/pin/380694974764436669/?utm_medium=organic&utm_source=yandexsmart-camera

Рис. 12 / Fig. 12



Источник: https://avatars.dzeninfra.ru/get-zen_doc/271828/pub_680b3fe0b03c651bda5dcff6_680b41acdebb0932cfcfae51/scale_1200

Рис. 13 / Fig. 13

Анализ представленного материала показывает, что, с одной стороны, само появление интернет-мемов, где активно обсуждается маскулинность и ее характеристики, свидетельствует о заметной проявленности у мужского населения качеств, не вписывающихся в ее традиционные каноны, что подразумевает под собой наличие общественного запроса на это явление, с другой — ироничная подача информации означает неготовность общества

к признанию нормальности, естественности такой *новой* маскулинности. Мемы транслируют разные оценки происходящих в обществе трансформаций гендерных категорий, порой полярные.

Так, характерными для традиционной гегемонной маскулинности считаются решительность и сниженная эмоциональность, настоящий мужчина должен сдерживать эмоции.

Исследователи между тем отмечают и доказывают естественность процесса проявления эмоций (в частности, страха) у представителей сильного пола (Ильиных, 2011, с. 104). В конструкте маскулинности обосновывается движение от гегемонной к естественной маскулинности.

Мемы также свидетельствуют о складывающемся в обществе запросе на эмоциональную открытость мужчин (рис. 14). Реализацию такого запроса можно увидеть в фиксировании фактов заинтересованности отцов в общении со своими детьми, открытом проявлении чувств (рис. 15–16).

Однако содержащиеся в современном интернет-дискурсе свидетельства проявления чувствительности у лиц мужского пола, их «нежной душевной организации», которая раньше, согласно гендерным предписаниям, была присуща только



Источник: https://www.liveinternet.ru/users/borovik76/post430960670/?utm_medium=organic&utm_source=yandexsmartcamera

Рис. 14 / Fig. 14



Источник: https://cdn.gigi.click/data/upload/UID979995_1598031144_45.j

Рис. 15 / Fig. 15



Источник: https://m.fotostrana.ru/public/post/231960/1090299759/?utm_medium=organic&utm_source=yandexsmartcamera

Рис. 16 / Fig. 16

женщинам, могут подвергаться и резкой критике, что свидетельствует о разбросе мнений по этому поводу (рис. 17).

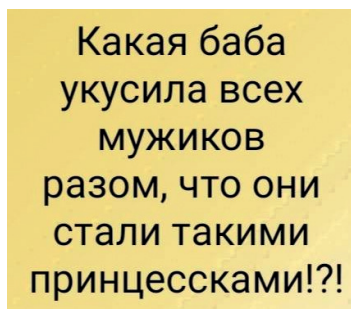
Обилие эмоциональных знаков препинания в тексте первого мема передает возмущение автора подверженностью мужчин, которые традиционно воспринимаются как эмоционально закрытые, беспричинным страданиям. Причем создатели мема обобщают «всех мужиков», что подчеркивает тенденцию трансформации содержательных характеристик маскулинности. Работы исследователей подтверждают такую тенденцию (Комкова, 2011, с. 16). Выявляя атрибутивную сочетаемость маскулинных номинаций лица, исследователь обнаружила сочетания существительного *мужчина* с определениями, свойственными раньше только женскому полу: *чувственный, тонкий, сострадательный*.

Ярко представлена в интернет-мемах противоречивая картина стереотипных представлений о мужчине в качестве главы семьи. Ожидание проявления маскулинного идеала в виде опоры, решателя проблем, защитника, как было отмечено ранее, в отечественном социуме остается по-прежнему очень активным (рис. 18).

Интернет-мемы в текущем моменте, с одной стороны, демонстрируют покушение на лидерство, властность, доминирование в семье, положенные настоящему мужчине, что нарушает издавна заведенный, а следовательно, правильный порядок вещей и должно вызвать осуждение (рис. 19).

С другой стороны, свидетельствуют о полной отстраненности от семейных обязательств, безответственности мужчины, нежелании проявлять активность, устранении от принятия решений и ответственности за их последствия, что предписывается его традиционной пологендерной ролью главы семьи (рис. 20).

В тексте, сопровождающем иконическую часть мема, перечисление всех обуз на шее женщины, которые контрастирует всего с одной «обузой» мужчины — галстуком на его шее (рис. 20).



Источник: <https://gigi.click/picture/kakaa-baba-ukusila-vseh-muzikov-razom-cto-oni-stali-takimi-princesskami-Mjc4OTM3MQ>

Рис. 17 / Fig. 17



Источник: https://p7.tabor.ru/feed/2022-03-30/26125047/3722853_760x500.jpg

Рис. 18 / Fig. 18



Источник: https://pikabu.ru/story/skaza-t_v_zagse_da_11028502

Рис. 19 / Fig. 19



Источник: https://m.e1.ru/f/67/12013165/p/5?utm_medium=organic&utm_source=yandexsmartcamera

Рис. 20 / Fig. 20

На первой картинке в приведенном ниже меме (рис. 21) изображено неприятное агрессивное лицо мужчины, утверждающего право на свое главенство. На второй — лицо того же мужчины, но растерянного, даже испуганного, отказывающегося от решения возникших проблем. Мужчине саркастически приписывается в семье роль ребенка (рис. 22; см. рис. 23 на с. 180).

Однако обслуживание мужа как главы семьи, вменяемое в обязанность в патриархальной среде, считается самими женщинами, как показывает практика, гендерно соответствующим поведением и в современном обществе, отказ от него строго осуждается. Логично сделать вывод, что статус главы семьи как составляющая гегемонной маскулинности не подвержен сомнениям,

БАТЯ: ТОЖЕ БАТЯ:



Источник: <https://idaprikol.ru/picture/batya-toze-batya-cyoty-ot-menya-ya-glava-semi-yav-00YDToVR8>

Рис. 21 / Fig. 21

Ребёнок спрашивает: — Мам, у папы есть родители?... — Конечно, есть... бабушка Валя и дедушка Витя... И тут гениальный вопрос: — А зачем они его нам отдали?...)))



Источник: https://fi.pinterest.com/pin/822610688159763739/?utm_medium=organic&utm_source=yandexsmartcamera

Рис. 22 / Fig. 22



Источник: https://ru.pinterest.com/pin/270427152596969787/?utm_medium=organic&utm_source=yandexsmartcamera

Рис. 23 / Fig. 23



Источник: https://idaprikol.ru/picture/R6b5B6kw7?utm_medium=organic&utm_source=yandexsmartcamera

Рис. 24 / Fig. 24

воспринимается женщинами как безусловность, несмотря на символический характер мужских обязанностей в хозяйственной деятельности современной семьи, отмечаемый мемами.

Устрашающее изображение в иконической части мема «сильной женщины», готовой властной рукой навести порядок в семье, как и подобает ее главе, производит крайне негативное впечатление и свидетельствует о неготовности общества оценивать функции делом, а не гендерной принадлежностью, а также об осуждении нарушения норм гегемонной маскулинности (рис. 24).

В таком случае сетования по поводу неподъемного груза обязанностей и ответственности на женских плечах могут означать стресс, дискомфорт от вынужденности по факту исполнять роль главы семьи, что, в свою очередь, свидетельствует о сложности процесса адаптации к современным реалиям с существующим гендерно-ролевым конфликтом, перераспределением гендерных ролей.

Выводы

В отечественном социуме формируется запрос на корректировку и расширение круга критериев маскулинности, более гибкую ее интерпретацию, яркими языковыми репрезентантами чего служат интернет-мемы как единицы, способные остановить мгновение, давая возможность увидеть разворачивающуюся динамику изменений. Этот процесс сопровождается размытостью и неустойчивостью оценок возможных новых эталонов, что находит отражение в эклектичности образа настоящего мужчины, представленного в интернет-пространстве.

Очевидны престижность и приоритетность классического патриархального представления маскулинности, однако желательными и востребованными в современных реалиях оказываются новые качества, которые определяют маскулинный портрет современного мужчины, отличный от традиционного патриархального образа, характеризую маскулинность, определяемую как естественная. Стойкость патриархального представления о маскулинности, неоднозначное отношение к осуществляющемуся перераспределению гендерных ролей свидетельствуют о слабой адаптации к восприятию новой гендерной реальности как мужчин, так и женщин.

Список источников

1. Кронгауз, М. А. (2012). Мемы в Интернете: опыт деконструкции. *Наука и жизнь*, 11. <https://www.nkj.ru/archive/articles/21327/>
2. Докинз, Р. (2013). *Эгоистичный ген (The Selfish Gene)*. Corpus.
3. Щурина, Ю. В. (2012). Интернет-мемы как феномен интернет-коммуникации. *Научный диалог*, (3), 161–173.
4. Карташова, Е. П., & Ахмедзянова, А. Р. (2019). Интернет-мем как основной вид креолизованного текста в самопрезентации «человека творящего». *Вестник Марийского государственного университета*, 13(3), 426–430.
5. Анисимова, Е. Е. (2003). *Лингвистика текста и межкультурная коммуникация (на материале креолизованных текстов)*. Академия.
6. Карасик, В. И. (2019). Комические аттрактивы в сетевом дискурсе. *Жанры речи*, 3(23), 227–233.
7. Кирилина, А. В. (2002). *Словарь гендерных терминов*. Информация XXI век.
8. Кон, И. С. (2009). *Мужчина в меняющемся мире*. Время.
9. Здравомыслова, Е. А., & Тёмкина, А. А. (2018). Что такое «маскулинность»? Понятийные отмычки критических исследований мужчин и маскулинностей. *Мониторинг общественного мнения: Экономические и социальные перемены*, 6, 48–73.
10. Зайцева, Т. И. (2011). Мужская гендерная идентичность: теоретические аспекты исследования. *Вестник Томского государственного университета*, 352, 78–81.
11. Ильиных, С. А. (2011). Множественная маскулинность. *СОЦИС*, 7, 101–109.
12. Кон, И. С. (2010). Меняющиеся мужчины в изменяющемся мире. *Этнографическое обозрение*, 6, 99–114.
13. Слезкина, Ю. М. (2012). Характеристики доминантных моделей маскулинности и фемининности. *Вестник ТГУ*, 1(17), 85–91.
14. Маркина, Л. В. (2015). О семантике бранных обозначений человека в современной диалектной коммуникации. В Т. В. Белошапкина (Ред.). *Филологический сборник: в честь юбилея профессора Л. И. Осиповой*, 92–105.
15. Маркина, Л. В. (2018). Жаргонные бранные номинации и характеристики женщин в современной молодежной коммуникации: гендерные стереотипы. *Русский язык и литература в профессиональной коммуникации и мультикультурном пространстве* (с. 197–204). Материалы Международной научно-практической конференции, Саратов – Москва, 24–26 октября 2018 г. Перо, Амирит.
16. Глебова, А. В. (2025). Стереотипы маскулинности сквозь призму русских устойчивых сравнений. *Филологические науки. Вопросы теории и практики*, 18, Вып. 11, 4717–4723.

17. Комкова, О. В. (2011). *Атрибутивная сочетаемость маскулинных и феминных наименований лица* [Автореф. дис. ... канд. филол. наук: 10.02.01. Ивановский государственный университет].

References

1. Krongauz, M. A. (2012). Memes on the Internet: the experience of decostruction. *Nauka i zhizn'*, 11. <https://www.nkj.ru/archive/articles/21327/> (In Russ.).
2. Dawkins, R. (2013). *The Selfish Gene*. Corpus. (In Russ.).
3. Shchurina, Yu. V. (2012). Internet memes as a phenomenon of Internet communication. *Nauchnyj dialog*, (3), 161–173.
4. Kartashova, E. P., & Akhmedzyanova, A. R. (2019). The Internet meme as the main type of creolized text in the self-presentation of a «creative person». *Vestnik of the Mari State University*, 13(3), 426–430. (In Russ.).
5. Anisimova, E. E. (2003). *Linguistics of text and intercultural communication (based on the material of creolized texts)*. Akademiya. (In Russ.).
6. Karasik, V. I. (2019). Comic attractions in online discourse. *Genres of Speech*, 3(23), 227–233. (In Russ.).
7. Kirilina, A. V. (2002). *Dictionary of gender terms*. Information of the XXI century. (In Russ.).
8. Kon, I. S. (2009). *A man in a changing world*. Time. (In Russ.).
9. Zdravomyslova, E. A., & Temkina, A. A. (2018). What is «masculinity»? Conceptual lockpicks of critical studies of men and masculinities. *Monitoring obshchestvennogo mneniya: E'konomicheskie i social'ny'e peremeny*, 6, 48–73. (In Russ.).
10. Zaitseva, T. I. (2011). Male gender identity: theoretical aspects of research. *Tomsk State University Journal*, 352, 78–81. (In Russ.).
11. Ilinykh, S. A. (2011). Multiple masculinity. *Sociological Studies*, (7), 101–109. (In Russ.).
12. Kon, I. S. (2010). Changing men in a changing world. *Ethnographic Review*, 6, 99–114. (In Russ.).
13. Slezkina, Yu. M. (2012). Characteristics of dominant models of masculinity and femininity. *Tomsk State University Journal*, 1(17), 85–91.
14. Markina, L. V. (2015). On the semantics of human swear words in modern dialect communication. In T. V. Beloshapkova (Ed.). *Philological collection: in honor of the anniversary of Professor L. I. Osipova*, 92–105. (In Russ.).
15. Markina, L. V. (2018). Slang swear words and characteristics of women in modern youth communication: gender stereotypes. *Russian language and literature in professional communication and multicultural space* (p. 197–204). Proceedings of the International Scientific and Practical Conference, Saratov – Moscow, October 24–26, 2018. Pero, Amirit.
16. Glebova, A. V. (2025). Stereotypes of masculinity through the prism of Russian stable comparisons. *Philology. Theory & Practice*, 18, Issue 11, 4717–4723. (In Russ.).
17. Komkova, O. V. (2011). *Attributive compatibility of masculine and feminine facial names* [Abstract of the dissertation for the PhD (Philology): 02.10.2011. Ivanovskij gosudarstvennyj universitet]. (In Russ.).

Информация об авторах

Людмила Витальевна Маркина — доктор филологических наук, доцент, профессор департамента филологии Института гуманитарных наук МГПУ.

Анна Васильевна Глебова — аспирант МГПУ.

Information about the authors

Lyudmila V. Markina — Dr. Sc. (Philology), Docent, Full Professor at the Department of Philology, Institute of Humanities, MCU.

Anna V. Glebova — a Graduate Student at MCU.

Авторы заявляют об отсутствии конфликта интересов.

The authors declare no conflict of interest.