

ТРАНСФОРМАЦІЯ ПСИХОЛОГІЧНИХ ХАРАКТЕРИСТИК ЧОЛОВІЧОЇ МАСКУЛІННОСТІ В КІБЕРПРОСТОРІ

TRANSFORMATION OF PSYCHOLOGICAL CHARACTERISTICS OF MALE MASCULINITY IN CYBERSPACE

Автор подав результати дослідження процесу трансформації чоловічої маскулінності в соціальних мережах і її вплив на психологічний досвід чоловіків у сучасному цифровому світі. Ураховуючи поширення соціальних медіа та їх вагомий вплив на формування ідентичності, зазначено важливість розуміння того, як окреслений контекст впливає на трактування й демонстрацію маскулінності. Зазначено наявність позитивної динаміки зростання популярності соціальних мереж і їх впливу на статеві ролі, стереотипні уявлення. Вивчено ідеали маскулінності, які відтворюються через віртуальні платформи, зокрема акцент на зовнішності, фізичній привабливості і статусному показникові. Зазначаються позитивні й негативні наслідки трансформації чоловічої маскулінності в соціальних мережах: висвітлюються можливості для конструювання нових ідентичностей, підтримки й обміну ідеями в межах віртуальних спільнот; звертається увага на психологічний тиск, порівняння з ідеалами, почуття невпевненості й низької самооцінки як деструктивні наслідки впливу. Автор аналізує роль гендерних стереотипів у трансформації чоловічої маскулінності. З'ясовано, що соціальні мережі можуть посилювати традиційні уявлення про маскулінність. З використанням методу контент-аналізу встановлено, як маскулінність презентована на аватарах користувачів соціальних мереж. Указано на необхідність освіти, усвідомлення статевих стереотипів і розбудови гендерної чутливості у віртуальному середовищі. Також відзначено важливість досліджень, спрямованих на вивчення впливу соціальних мереж на психологічний стан чоловіків і суспільства загалом. Наукова стаття містить результати актуального дослідження трансформації чоловічої маскулінності в соціальних мережах, має велике значення для дослідження статевих ролей і психологічного благополуччя в сучасному цифровому світі.

Ключові слова: гендерна соціалізація, маскулінність, цифрова комунікація, соці-

альні мережі, гендерна ідентичність, віртуальна реальність, стереотип.

The author presents the results of a study on the transformation process of male masculinity in social networks and its impact on the psychological experience of men in the modern digital world. Considering the prevalence of social media and their significant role in identity formation, the importance of understanding how this context influences the interpretation and demonstration of masculinity is emphasized. The author notes the presence of a positive trend in the increasing popularity of social networks and their influence on gender roles, stereotypical perceptions. The ideals of masculinity that are reproduced through virtual platforms, particularly focusing on appearance, physical attractiveness, and status indicators are studied. Positive and negative consequences of the transformation of male masculinity in social networks are mentioned: opportunities for constructing new identities, support, and exchange of ideas within virtual communities are highlighted; attention is drawn to psychological pressure, comparison with ideals, feelings of insecurity, and low self-esteem as destructive consequences of influence. The author analyses the role of gender stereotypes in the transformation of male masculinity. It was found that social networks can reinforce traditional perceptions of masculinity. Using content analysis, it was determined how masculinity is presented on the avatars of social network users. The author of the article points out the need for education, awareness of gender stereotypes, and the development of gender sensitivity in the virtual environment. The importance of studies aimed at exploring the impact of social networks on the psychological state of men and society as a whole is also noted. Overall, the presented scientific article contains the results of a topical study of the transformation of male masculinity in social networks, and is of great significance for the study of gender roles and psychological well-being in the modern digital world.

Key words: gender socialization, digital communication, social networks, gender identity, virtual reality, stereotype.

УДК 159.922.7:004.738

DOI <https://doi.org/10.32782/2663-5208.2024.58.24>

2024.58.24

Коваль Г.Ш.

к. психол. н.,

доцент кафедри диференціальної та спеціальної психології

Одеський національний університет імені І.І. Мечникова

Вступ. Кіберпростір стає все більш впливовим середовищем для формування особистісної ідентичності та взаємодії з іншими. Актуалізація гендерної належності в кіберпросторі є важливою, оскільки окреслений контекст впливає на психологічний стан і поведінкові патерни чоловіків. Онлайн простір дає нові можливості для самовираження, створення віртуальних ідентичностей і виявлення маскулінних рис. Зміни в способі комунікації через цифрові канали можуть вплинути на самооцінку, стереотипи й соціальну поведінку осіб чоловічої статі. Крім цього, трансформація маскулінності в кіберпросторі має свої

наслідки, як позитивні, так і негативні. Цифрові технології, з одного боку, можуть сприяти розвитку нових позитивних аспектів маскулінності, таких як сприйняття різноманітності та гнучкості гендерних ролей; з іншого боку, генерувати появу негативних явищ, наприклад, шкідливих стереотипів, токсичної чоловічої конкуренції чи залучення до онлайн-екстремізму. Отже, трансформація психологічних характеристик чоловічої маскулінності в кіберпросторі є актуальною проблемою, яка потребує конструктивного дослідження й аналізу.

Окреслена проблематика не представлена в українських наукових джерелах. Відповідно,

це зумовило доцільність звернення до іншомовних джерел.

Метою статті є виявлення сучасних тенденцій трансформації психологічних характеристик чоловічої маскулінності в кіберпросторі.

Виклад основного матеріалу. Самопрезентація відіграє критичну роль у тому, як люди сприймають власний досвід і своїх партнерів по спілкуванню у віртуальному середовищі. З появою соціальних мереж чоловіки перебувають у новому соціальному контексті, де вони мають змогу продемонструвати свою маскулінність через фотографії, статуси, коментарі й інші онлайн-прояви. Це створює можливість для віртуального конструювання, підсилює роль образу чоловіка в онлайн-середовищі.

Одним із явних проявів трансформації чоловічої маскулінності в соціальних мережах є підсилення акценту на зовнішності й фізичній привабливості. Фільтри, ретушування фотографій та інші інструменти редагування дають змогу створювати ідеалізовані образи, які можуть змінювати сприйняття чоловіків себе самих і своєї маскулінності. Це може викликати певний тиск на чоловіків, щоб відповідати стандартам краси та схожості з ідеалами, які часто встановлюють соціальні медіа.

Для досягнення поставленої мети використано метод контент-аналізу, що дав змогу проаналізувати аватари користувачів соціальних мереж чоловічої статі й визначити основані тенденції. Для дослідження обрано такі соціальні мережі, як Instagram і Facebook. Загальна кількість проаналізованих сторінок – 180.

Користувачі схильні приписувати переважно чоловічі характеристики своїм аватарам у кіберпросторі, які сприймаються як маскулінні. Користувачі акцентують увагу на певних характеристиках аватарів залежно від контексту діяльності й пов'язаних із нею вимог.

Аватари мають тенденцію бути більш фізично привабливими в контексті онлайн-знайомств і більш інтелектуальними на офіційних сторінках. Водночас вони переважно відображають реальну фізичну зовнішність користувача в контексті блогів. Крім того, порівнявши створення зовнішнього вигляду аватара (тіло, одяг та аксесуари) для особистих цілей і соціальної мережі, присвяченої роботі, можемо зазначити, що зовнішній вигляд, особливо одяг, змінювався, коли контекст діяльності переходив від особистого користування до соціальних мереж, призначених для контактів із роботодавцями.

Крім того, створення аватара залежить від статі користувача та аудиторії самопрезентації: користувачі чоловічої статі менш схильні змінювати свій аватар, коли очікують спілкування з друзями, а не з незнайомцями.

З іншого боку, соціальні мережі також можуть впливати на перегляд маскулінності через комунікацію та обмін ідеями. Чоловіки можуть шукати підтримки, поради й визнання у віртуальних спільнотах, де обговорюються питання, пов'язані зі статевою рольовою ідентичністю. Такі форуми можуть стати площадкою для обговорення нових поглядів на маскулінність, а також переосмислення традиційних рольових стереотипів.

Чоловіки часто ідеалізують свій зовнішній вигляд в аватарі, ставлячи акцент на фізичній привабливості. Вони можуть використовувати фотографії, на яких представлені з найкращого ракурсу, з виглядом, який відповідає загальноприйнятому стандарту привабливості [8].

Ідеалізація аватара також може проявлятися через показ високого соціального статусу. Чоловіки прагнуть продемонструвати власне успішність, матеріальне благополуччя, важливі події або знайомство з впливовими особистостями.

Деякі чоловіки ідеалізують свій аватар, щоб підкреслити свою маскулінність і силу. Іміджева самореалізація проявляється у використанні специфічного стилю одягу, аксесуарів або фону, які відображають їхні інтереси, хобі чи особистість.

Загалом ідеалізація аватара в соціальних мережах чоловіків відображає бажання продемонструвати свої кращі сторони, досягнення, створити позитивне враження, відповідати загальноприйнятим стандартам привабливості й маскулінності. Однак варто пам'ятати, що аватари не завжди повністю відображають реальну особистість людини, можуть бути лише образом, створеним для віртуального світу соціальних мереж [9].

Розглянемо основні тенденції, що виявлено в процесі дослідження, більш детально.

30% аватарів містять пряме посилання на активну спортивну позицію в житті. Це проявляється в зовнішньому вигляді (одязі, підкресленій гарній фізичній формі), а також обрані фотографії з тренувань, змагань, важкого фізичного зусилля або виставлення м'язів. Такі аватари можуть указувати на важливість фізичної форми й активності як складника маскулінності. Ці зображення демонструють наполегливість, дисципліну та визначеність чоловіка в досягненні своїх фізичних цілей. Демонстрація м'язів також може слугувати як спосіб підкреслити власну силу й фізичну потужність.

Аватари такого змістового наповнення можуть відображати спрямованість на підтримку й покращення фізичного стану, що є важливим складником маскулінності в багатьох культурах. Фізична активність і спорт сприяють розвитку м'язів, покращенню здоров'я та забезпеченню енергії, що може бути

пов'язано з ідеалами силової й активної маскулінності.

Однак важливо враховувати, що такі аватари можуть підтримувати стереотипи маскулінності, які обмежують чоловіків у їхньому виборі способів самовираження. Це може впливати на тих, хто не відповідає стандартам фізичної сили чи не проявляє інтересу до спорту [7].

60% аватарів проаналізованих сторінок чоловіків поєднують дві тенденції: «стиль одягу й зовнішній вигляд» і «соціальна позиція й статус», проте з діаметрально протилежними тенденціями.

Деякі аватари відображають стиль одягу або зовнішній вигляд, які пов'язуються зі стереотипами маскулінності. Наприклад, це можуть бути фотографії в костюмах, спортивному одязі або інших елементах, які відтворюють традиційні уявлення про «сильного» чоловіка.

Одяг і зовнішній вигляд можуть виконувати роль символів маскулінності, що базуються на встановлених стереотипах. Наприклад, костюм може асоціюватися з успішністю, професійним статусом і владою, а спортивний одяг може відображати фізичну силу, активність і витривалість [4].

Вибір стилю одягу й зовнішнього вигляду в аватарах може бути зумовлений культурними нормами й очікуваннями, що визначають, як чоловік повинен виглядати, щоб відповідати ідеалам маскулінності. Ці стереотипи можуть змінюватися залежно від соціального та історичного контексту.

Аватари, які відображають соціальний статус і владу, можуть створювати враження про наявність упевненості, успішності й впливу в соціальному оточенні користувача соціальної мережі. Фотографії з важливих подій дають змогу підкреслити активну участь у соціальному житті та налагодження важливих зв'язків. Демонстрація матеріального достатку, така як фотографії розкішних машин, вілл або подорожей, можуть сигналізувати про фінансовий успіх і стабільність. Проте важливо розуміти, що ці аватари можуть не лише відтворювати реальний статус і соціальну позицію, а й створювати вигляд чи враження про це. Використання аватарів для вияву соціального статусу може бути способом підтримки своєї ідентичності, бажанням отримати прийняття й підтримку в соціальному середовищі [3].

Дослідження в галузі психології вказують на необхідність критичного мислення та розуміння, яке враховує, що вияв маскулінності в соціальних мережах може бути редагованим і відігравати роль у формуванні уявлень про себе та взаємодії з іншими.

Така тенденція в зовнішніх проявах орієнтована на відображення успіху, соціального статусу й влади. Це можуть бути фотографії з важливих подій, відомих осіб або демонстрація

матеріального достатку. Такі аватари вказують на бажання показати себе успішним і впливовим, що часто пов'язується з ідеалами маскулінності [2].

Проте досить часто можна зустріти фотографії чоловіків на фоні автомобіля, будинку красу люкс, проте їхній одяг і зовнішність не відповідають обраним об'єктам розкоші. Це викликає неоднозначну реакцію сприйняття, оскільки прагнення чоловіка підкреслити власну маскулінність за рахунок чужих досягнень тільки зменшує та знецінює самопрезентаційне враження.

Важливо зауважити, що стиль одягу й зовнішній вигляд не є визначальними факторами маскулінності. Вони можуть бути лише одними з варіативних способів самовираження, які необхідно розглядати в контексті інших факторів, таких як особисті цінності, поведінкові характеристики та взаємодія зі спільнотою [5].

Однією з найбільш поширених тенденцій є «емоційна виразність», що властива 85% користувачів соціальних мереж чоловічої статі.

Аватари відображають емоційну виразність, демонструючи широкий спектр почуттів та емоцій. Це можуть бути фотографії з усмішками, емоційними позами, що виражають наявність великої кількості позитивних почуттів. Такі аватари вказують на важливість емоційної виразності й відкритості в прояві маскулінності.

Емоційна виразність в аватарах може бути способом самовираження й комунікації своїх емоційних станів з іншими користувачами соціальних мереж. Фотографії, на яких чоловіки виражають радість, смуток, захоплення або інші емоції, можуть допомогти встановити контакт і зблизитися з іншими людьми. Важливо зазначити, що це необхідно розглядати в контексті соціокультурного оточення й індивідуальних особливостей кожної людини.

Кіберпростір дав можливість чоловікам виражати власні емоції та почуття більш відкрито. Раніше в традиційних ролях маскулінності висловлення емоцій могло бути обмеженим або пригніченим. Але в соціальних мережах чоловіки знаходять платформу для спілкування, обміну емоціями та знайомства з різноманітними почуттів.

Також це може бути свідченням важливості сприйняття й вияву емоцій у чоловічій маскулінності. Демонстрування різних емоцій може допомогти переосмислити традиційні стереотипи про маскулінність, де чоловікам нерідко приписують лише обмежений спектр емоцій. Вияв емоційної виразності в соціальних мережах може сприяти позитивним змінам у сприйнятті чоловіків як емоційно чутливих і різноманітних особистостей.

У кіберпросторі спостерігається поступове зміщення стереотипних уявлень про чоловічу

маскулінність. Традиційні рольові моделі чоловіків поступово розширюються, що дає змогу більшої свободи самовираження й уникає упереджених стереотипів.

Ідентифікація з надмірно ідеалізованим аватаром і його використання може бути пов'язано з низькою самооцінкою та ігровою залежністю, депресією та депресивними симптомами [13], а також розладом інтернет-залежності [12]. Крім того, ігровий розлад пов'язаний із негативними уявленнями про себе, які можуть компенсуватися через надмірне використання й ідентифікацію з ідеалізованим аватаром [6]. Ці взаємозв'язки між низькою самооцінкою, невідповідністю себе, ідентифікацією з ідеалізованим аватаром і надмірним використанням медіа здебільшого вивчали в контексті Інтернет розладів.

Соціальні порівняння можуть негативно впливати на самооцінку та психічне здоров'я, як показали попередні дослідження [11]. У деяких роботах також підкреслюють негативний вплив ідеалізованих аватарів на образ тіла й задоволеність тілом [10].

Однак важливо розуміти, що соціальні мережі можуть також сприяти поширенню шкідливих стереотипів і місцевих норм, які викликають проблеми, пов'язані зі статевою рівністю й психологічним благополуччям. Наприклад, це може включати уявлення про маскулінність, яка обмежує виразність емоцій, підтримку насильства або ставлення до жінок як до об'єктів.

Окрім того, великий обсяг інформації та порівнянь у соціальних мережах може викликати в чоловіків почуття невпевненості й порівняння з іншими. Це може призводити до появи тривоги, низької самооцінки й недоліків у самооцінці [1].

Варто зазначити, що мінімізація деструктивних наслідків є досить важливим питанням, що потребує системної роботи. Освіта відіграє важливу роль у свідомому формуванні й поширенні нових уявлень про маскулінність. Школи й університети мають активно включати в свої програми навчання курси, що спрямовані на розуміння гендерних ролей, статевих стереотипів і позитивного самовизначення. Це може допомогти студентам розробити глибше розуміння сучасних концепцій маскулінності, виробити критичне мислення щодо впливу соціальних мереж на їхню самоідентифікацію.

Усвідомлення статевих стереотипів важливе для подолання шкідливих очікувань та обмежень, пов'язаних із маскулінністю. Усвідомлення впливу цих стереотипів на сприйняття маскулінності у віртуальному середовищі може допомогти чоловікам розрізнати реальність від ідеалів, а також розвивати більш гнучку й індивідуалізовану ідентичність.

Гендерна чутливість є ключовою для створення безпечного віртуального середовища. Відповідно, соціальні мережі та їх користувачі повинні усвідомлювати гендерні відмінності, сприяти рівноправному представництву, запобігати статевій дискримінації та навчатися ефективного спілкування відповідно до різних маскулінних ідентичностей.

Загалом розуміння важливості освіти, усвідомлення статевих стереотипів, розбудови гендерної чутливості й проведення досліджень є важливими кроками в підтриманні здорової та позитивної трансформації чоловічої маскулінності в кіберпросторі. Ці заходи можуть сприяти створенню більш рівноправного й підтримуючого віртуального середовища для чоловіків і суспільства загалом.

Висновки. Отже, можна зробити висновок, що обговоренням кіберпростору, основаного на трансляції гендерної ідентичності, стане все більш важливою темою в контексті вивчення різноманітних віртуальних середовищ, які зосереджуються на інструментах самопрезентації. У цьому контексті виявили сильну тенденцію до створення аватарів з ідеалізованими мускулітними рисами, а також значні відмінності в ступені ідеалізації особистості в різних контекстах онлайн-активності.

Дослідження, спрямовані на вивчення впливу соціальних мереж на психологічний стан чоловіків і суспільства, мають велике значення для розуміння цього явища. Вони можуть виявити шкідливі наслідки підвищеної експозиції до ідеалів маскулінності, а також указати на можливість позитивного впливу соціальних мереж на розвиток здорової маскулінності. Детальний аналіз таких досліджень може надати наукові підстави для розроблення програм та інтервенцій, спрямованих на підтримку психологічного благополуччя чоловіків і побудову гендерно рівних суспільних стандартів.

ЛІТЕРАТУРА:

1. Facebook profiles reflect actual personality, not self-idealization / M.D. Back, J.M. Stopfer, S. Vazire, S. Gaddis, S.C. Schmukle, B. Egloff, S.D. Gosling. *Psychological Science*. 2010. № 21 (3). P. 372–374.
2. Brunskill D. Social media, social avatars and the psyche: Is Facebook good for us? *Australasian Psychiatry*. 2013. № 21 (6). P. 527–532.
3. People, places, and time: a large-scale, longitudinal study of transformed avatars and environmental context in group interaction in the metaverse / E. Han, M.W. Miller, C. DeVeaux, H. Jun, K.L. Nowak, J.T. Hancock, N. Ram, J. Bailenson. *Journal of Computer-Mediated Communication*. 2023. № 28 (2). URL: <http://surl.li/hfvio>.
4. Kaspar K., Fuchs L.A.M. Who likes what kind of news? The Relationship between characteristics of media consumers and news interest. *SAGE Open*. 2021. № 11 (1). P. 1–12.

5. Kauttonen J. Pitman Morgan Test (x, y). In MATLAB central file exchange, 2021. URL: // www.mathworks.com / matlabcentral / fileexchange / 67910-pitmanmorgantest-x-y.
6. Lemenager T., Neissner M., Sabo T., Mann K., Kiefer F. "Who Am I" and "How Should I Be": A Systematic review on self-concept and avatar identification in gaming disorder. *Current Addiction Reports*. 2020. № 7 (2). P. 166–193.
7. Self-presentation and gender on MySpace / A.M. Manago, M.B. Graham, P.M. Greenfield, G. Salimkhan. *Journal of Applied Developmental Psychology*. 2008. № 29 (6). P. 446–458.
8. Nowak K.L., Fox J. Avatars and computer-mediated communication: a review of the definitions, uses, and effects of digital representations. *Review of Communication Research*. 2018. № 6. P. 30–53.
9. Nowak K.L., Rauh C. The Influence of the Avatar on Online Perceptions of Anthropomorphism, Androgyny, Credibility, Homophily, and Attraction. *Journal of Computer-Mediated Communication*. 2005. № 11 (1). P. 153–178.
10. Park J. The effect of virtual avatar experience on body image discrepancy, body satisfaction and weight regulation intention. *Cyberpsychology: Journal of Psychosocial Research on Cyberspace*. 2018. № 12 (1). URL: <https://cyberpsychology.eu/article/view/9524>.
11. Social comparisons, social media addiction, and social interaction: An examination of specific social media behaviors related to major depressive disorder in a millennial population / A. Robinson, A. Bonnette, K. Howard, N. Ceballos, S. Dailey, Y. Lu, T. Grimes. *Journal of Applied Biobehavioral Research*. 2019. № 24 (1). e12158.
12. T'ng S.T., Pau K. Identification of avatar mediates the associations between motivations of gaming and internet gaming disorder among the Malaysian youth. *International Journal of Mental Health and Addiction*. 2020. P. 1–16.
13. You S., Kim E., Lee D. Virtually real: Exploring avatar identification in game addiction among massively multiplayer online role-playing games (MMORPG) players. *Games and Culture*. 2017. № 12 (1). P. 56–71.