

## **Исследование гендерных стереотипов.**

**Багаева Любовь Михайловна**

**Студент**

**АГУ, факультет социальных коммуникаций, Астрахань, Россия**

**kovalchuk\_elena@list.ru**

Одним из направлений гендерных исследований является изучение гендерных стереотипов. Гендер – это особая система социальных ролей, общественных отношений и массовых стереотипов. Под стереотипом понимают стандартное умозаключение в стандартной ситуации, в принимаемое человеком без явного осознания. Предназначение стереотипов – экономить время и ресурсы нашего мозга. Термин «стереотип» был введен в 1922 году американским социологом У. Липпманом для описания процесса формирования общественного мнения. С тех пор термин успешно применяется для характеристики любого устойчивого образа, который складывается в общественном или групповом сознании. Синонимом стереотипа нередко выступают понятия предубеждения, шаблона, предрассудка, клише. Ю. Левада называет стереотипы готовыми шаблонами, социальными формами, в которые отливаются потоки общественного мнения. Стереотип не только выделяет статистически среднее мнение, но задает норму, образец социально одобряемого поведения. Шаблоны обычно предшествуют самому действию. Они необходимы в тех ситуациях, когда незнакомое надо свести к знакомому, и тем самым как бы опознать окружающую реальность, но, разумеется, не познать ее. Опознание – отнесение к известной схеме – заменяет собой понимание и осмысление.

Гендерные стереотипы – стандартизированные представления о моделях поведения и чертах характера, соответствующих понятиям о «мужском» или «женском». Гендерные стереотипы задают траектории жизненного пути и стандарты образа жизни. Гендерные стереотипы, представления о подходящих данному полу занятиях и интересах, появляются у детей уже в 2,5 – 3 года. Вместе с тем они отражают взгляды общества на поведение, которое ожидают от мужчин или от женщин. Они представляют собой подвид более широкой категории – социальных стереотипов. Социальные стереотипы – обыденные аналоги научных умозаключений: логической основой выступает поведение части под общее, распространение свойств, характеризующих целый класс явлений, на каждое отдельное событие.

Социологи исследовали своеобразие мужчин и женщин, анализируя стереотипы и социальные клише, встречающиеся в газетах и телепередачах, и вот что обнаружилось (Информация по источнику: <http://mnashe.hl.ru>):

- Женщина должна быть украшением семьи, дома.
- Женщины более слабые и по уму, и физически.
- Мужчины для того и созданы, чтобы решать женские проблемы.
- Мужчины, как дети, нужно гладить и гладить.
- Женщины быстрее осваивают иностранные языки.
- Женщины во много раз чувствительнее мужчин.
- Женщины в два раза чувствительнее к воздействию алкоголя.
- Мужчина эгоистичен, самолюбив, тщеславен, ревнив.
- Мужчины чаще ссорятся.
- Мужчина легко меняет свое мнение.
- Мужчина быстрее устает и нуждается в психологической разрядке.
- Мужчина хуже переносит голод и болезни.
- Мужской мозг весит на 200 грамм больше, чем женский.
- На двенадцать выдающихся математиков приходится лишь 1 женщина.
- Но и среди идиотов мужчины также «впереди планеты всей», и они в два раза чаще попадают в «психушку».

- Оба пола в одинаковой степени любят смотреться в зеркало: мужчины любят свое тело, женщины – одеждой.

В рамках данной тематики было проведено социологическое исследование на тему «Гендерные стереотипы в представлении образа идеального мужчины и женщины». Предметом данного исследования выступили стереотипы в восприятии образа идеального мужчины и женщины. Целью исследования было изучить гендерные стереотипы восприятия образа «идеального» мужчины и женщины методом фокус-группы. Разбившись на две команды по гендерному аспекту, участники должны были представить образ идеального мужчины и женщины. По мнению, обеих команд идеальная девушка должна быть спортивного телосложения, высокая, с правильными чертами лица, красивыми, ухоженными, длинными волосами, незамужем, образованна, добрая, чуткая, нежная, целеустремленная, коммуникабельная, уверенная в себе. Единственное в чем мнение участников команд не совпало – это возраст: мужчины предположили 20-25 лет, а девушки 23-31. По мнению участниц фокус-группы идеальный мужчина должен сочетать в себе мужество, честь, достоинство, образованность, красоту, терпение, шик, опыта сексуальности, ласку. Мужчины же считают, что мужчина должен быть в первую очередь образованным, умным, владеющий несколькими иностранными языками, коммуникабельный и ответственный. Далее участники предположили, что он должен быть спортивного телосложения, не женат, имеющий стабильную хорошую работу, в возрасте 27-28 лет. Для сравнения полученного образа можно привести данные исследования, опубликованного в газете «Аргументы и факты» за 1994 год №16. Большинство молодых людей, опрошенных на московских улицах, идеалов не имеет вообще, их заменяют кумиры. Эталоном женской красоты у мужчин, к примеру, является небезызвестная Мадонна. Что же касается женщин, их мнения разнообразны. Среди перечисленных фигурировали и такие имена, как Дмитрий Маликов, Эксел Роуз, Олег Меньшиков, Дмитрий Харатьян. Почетное первое место у женщин занимает верность и порядочность их идеалов, а далее по убывающей – надежность, деньги, «место под солнцем». Мужчины же думают иначе: 38% представителей «сильного» пола ценят в женщине ее трудоспособность, 21-аккуратность и хозяйственность, 17-способны полюбить женщину за умение готовить, 15-обращают внимание на совместимость цвета волос, 7% предпочитают скромных женщин. И только 2% мужчин отметили необходимость присутствие у женщин интеллекта. Это можно объяснить тем, что с изменением общества меняются и стереотипы.

Литература:

1. Силласте Г. Г. Гендерная социология как частная социологическая теория // Социс. 2000. № 11. С. 8.
2. Добренков В. И., Кравченко А. И. Фундаментальная социология: гендер, семья, родство//том 10. Москва, 2006. С. 37-38.
3. Гурко Т.А. Гендерная социология // Социология в России: под ред. В. А. Ядова. М, 1996. С. 169-194.
4. Костюк В.В. Феминистская методология //Социология: Энциклопедия. Минск, 2003. С. 1156—1158.
5. Чикадова И.Р. Гендерные исследования //Социология: Энциклопедия/Сост. А.А. Грицанов, В.Л. Абушенко, Г.М. Евсилькин и др. Минск, 2003. С. 210-211.

## **Пути решения гендерных вопросов в Республике Белоруссия**

***Веренич Валентина Анатольевна***

*студентка*

*Белорусский государственный экономический университет, Минск, Республика*

*Белоруссия*

*E-mail: valyabelar@rambler.ru*

Проблемы равенства мужчин и женщин приобретают в начале XXI в. все большую значимость, поскольку мировое сообщество все еще вынуждено констатировать тот факт, что ни в «одном обществе женщины не располагают теми же возможностями, что и мужчины».

Понадобилось не одно столетие, чтобы женщины добились юридического равенства с мужчинами. В настоящее время на уровне мирового сообщества разработан и принят целый ряд международных документов, посвященных разработке стратегии перехода от достигнутого сегодня почти повсеместно равенства прав женщин и мужчин к равенству их возможностей. Эту задачу решают, в частности, резолюции четырех всемирных конференций по положению женщин, проходивших под эгидой ООН в Мехико, Копенгагене, Найроби, Пекине. Выравнивание статусов мужчин и женщин, согласно рекомендациям этих форумов, должно стать составной частью всех социальных стратегий и программ, основной задачей национальной гендерной политики.

Белоруссия на международном уровне не только заявляет о поддержке решений этих форумов, но и берет на себя вполне конкретные обязательства в этой области. Так, ведется работа по совершенствованию национального законодательства в области гендерной политики, приведению его в соответствие с международными правовыми стандартами. В республике реализовано два плана национальных действий по обеспечению гендерного равенства - на 1996-2000гг. и на 2001-2005гг. В настоящее время разработан проект нового национального плана действий в данной сфере на 2006 – 2010 гг. Его цель - недопущение дискриминации по признаку пола во всех сферах общественной жизни. В Белоруссии расширяется участие женщин в экономической, социальной, культурной и политической жизни. Особое место отводится женщинам в политической жизни. Так в Национальное собрание избрана 51 женщина, почти половина состава местных Советов депутатов всех уровней - женщины. Посты заместителей министров занимают 11 женщин, Республику Белоруссию представляют 4 женщины в ранге посла. В Белоруссии женщины работают в органах государственной власти и управления, судебной системе, силовых министерствах и ведомствах, они возглавляют политические партии и общественные объединения. Доля женщин в экономически активном населении Белоруссии составляет свыше 53%. Уже это свидетельствует о том, что женщины являются активной силой в экономических и социальных преобразованиях.

Вместе с тем, актуальными проблемами остаются повышение конкурентоспособности женщин на рынке труда, а также снижение женской безработицы. Так в 2007 г. безработица среди женщин составила 34,3 тыс. чел. (66% от общей численности безработных), поэтому проблематика гендерного равенства в социально-трудовой сфере занимает особое место в стратегиях по обеспечению равных возможностей. Для решения данных проблем, прежде всего, следует перейти на перспективное планирование рынка труда, непрерывное образование трудящихся с учетом потребностей экономики в квалифицированной рабочей силе, а также совершенствование мер по созданию благоприятных условий для сочетания профессиональных и семейных обязанностей. Такие меры должны быть включены в коллективные договоры и соглашения. Также одними из важнейших направлений являются самозанятость и предпринимательство женщин. Содействие развитию предпринимательской деятельности должно заключаться в создании благоприятной

среды для женщин предпринимателей, включая формирование соответствующих информационных, организационных, финансовых структур, предоставление женщинам-предпринимателям микрокредитов.

Для повышения ответственности обоих родителей за воспитание детей и перераспределение домашних обязанностей в настоящее время прорабатывается вопрос о распространении права на свободный от работы день и на отца ребенка. В современной семье мужчины и женщины должны нести равную ответственность за воспитание детей. В связи с этим и мать и отец должны в равной мере пользоваться правом на социальные гарантии, связанные с уходом за ребенком и его воспитанием. Ведь с семьи начинается свою жизнь каждый человек.

Изменение отношения общества к проблеме гендерного равенства – это долгий и трудный процесс. На него влияют такие социальные институты, как школа, семья, а также политические и государственные структуры. Значимая роль в формировании взглядов и представлений на роль и место женщин и мужчин в обществе принадлежит средствам массовой информации. Усилия по обеспечению равноправия и равных возможностей для мужчин и женщин должны быть неотделимы от социальных преобразований в целом. При этом проблемы женщин и мужчин должны рассматриваться в контексте общих социально-экономических и политических проблем.

#### **Литература**

1. Дадаева Т. М. Кто выносит мусор, или Парадоксы гендерного разделения труда / Т. М. Дадаева; Т. М. Дадаева // Социологические исследования. - 2007. - N 6. - С. 120-126. - Библиогр.: с. 126 (8 назв. ).

2. Достижение Целей в области развития, сформулированных в Декларации тысячелетия. Национальный отчет Республики Белоруссия. Мн., 2007. 46 с.

3. Интернет-портал ООН в Республике Белоруссия [Электронный ресурс]/Женское лидерство – Минск, 2004. – Режим доступа: <http://www.gender.undp.by> . – Дата доступа: 17.02.2008.

4. Национальный интернет-портал Республики Белоруссия [Электронный ресурс]/ Мин. статист. и анализа Респ. Белоруссия. – Минск, 1998. - Режим доступа: <http://www.belstat.gov.by>. – Дата доступа: 18.02.2008.

5. Резник С. Д. Гендерные особенности карьерного роста: женщины в менеджменте / С. Д. Резник, С. Н. Макарова; С. Д. Резник, С. Н. Макарова // ЭКО. Экономика и организация промышленного производства. - 2006. - N 3. - С. 125-136.

## ОСОБЕННОСТИ ГЕНДЕРНОЙ СОЦИАЛИЗАЦИИ МОЛОДЕЖИ

Грищенко Юлия Юрьевна

студентка

*Лунецкий государственный педагогический университет, факультет информационных и социальных технологий, Лунец, Россия.*

*E-mail: flametraffic@rambler.ru*

Гендер является неотъемлемой частью социальных практик взаимодействия людей и оказывает влияние на все аспекты жизни человека – на выбор места работы, системы ценностей, сферы самоутверждения и саморазвития, хобби, одежды, стиля поведения в семье, на работе, в учебном заведении и т.д. Через «гендерную линзу» [4, с. 14] человек воспринимает любую информацию и передает ее в окружающий мир тоже с помощью гендерного дисплея. Т.о. процесс гендерной социализации и содержание гендерных стереотипов имеет огромное значение не только для жизни отдельного индивидуума, но и для прогрессивного развития всего общества. К сожалению, содержание современных российских гендерных стереотипов приводит, например, к тому, что человеческий капитал девушек не используется полностью: в 2004 г. в России среди занятого населения 49,6% женщин [5, с. 58], в тоже время по данным Росстата, средний заработок женщин равен лишь 64% среднего заработка мужчин [5, с. 33]. Образуется замкнутый круг: экономическая зависимость женщины в семье оправдывает традиционное гендерное разделение труда; большая нагрузка в домашнем хозяйстве, основная роль в уходе за детьми, перерывы в трудовой карьере снижают востребованность женщин на рынке труда и являются причиной их низких личных доходов; низкие личные доходы обуславливают экономическую зависимость женщин в семье. Причины данного явления лежат не в разнице человеческого капитала женщин и мужчин [5, с. 92; 7; 10; 11], не в том, что мужчина играет инструментальную роль, а женщина экспрессивную в связи с рождением ребенка [12], разницей гормональной регуляции [3, с. 16] и т.п., а в отсутствии гибких, сбалансированных стереотипов. Данные стереотипы приводят не просто к торможению общественного развития в результате недоиспользования человеческих ресурсов, но и к таким явлениям, как социально-психологический дискомфорт женщин от зависимого статуса; насилие в семье [2, с. 53-54; 221], на женщинах большая часть работы по дому, кто бы ни был кормильцем в доме [1, С. 60-61]. Более того, эти стереотипы отрицательно влияют не только на женщин, но и на мужчин. На рынке труда существует следующая закономерность: чем меньше платят в какой-либо отрасли, тем больше в этой отрасли женщин [5, с. 29]. Соответственно, женщины в 5 раз больше мужчин представлены в отрасли образования [5, с. 56]. В связи с данным фактом, большим числом неполных семей без отца [9, с. 69], существовании гендерного стереотипа некомпетентности, второстепенной роли отца в воспитании [6, с. 234] и существующей потребности молодого человека в сохранении и формировании мужской гендерной роли, молодые люди имеют тенденцию формировать особый однородный по полу и противопоставляющий себя женскому (семье и учебе) коллектив, в котором культивируются нормы гипермаскулинного поведения, подавление «феминных» чувств, таких как нежность и т.п. Это и является одной из причин популярности в современной России агрессивно настроенных шовинистских субкультур, распространение пивного алкоголизма (в связи с паразитизмом рекламы пива на гипертрофированном образе настоящего мужчины), курения, наркомании, девиантного и криминального поведения юношей. В результате нашего исследования, проведенного в 2006 г. в ЛГПУ оказалось, что 60% парней курят, что в 2 раза больше, чем курящих девушек. Близки к этому показатели и по остальным формам социальной патологии.

Гендерные стереотипы действуют и на студентов: девушка должна делать работу по дому, ухаживать за детьми в семье, а у парней гораздо больше свободного времени, которое они тратят не на учебу; здесь же мы видим и действие гендерного стереотипа, который лояльнее относится к патологическим формам проявления агрессивности и вредным привычкам мужчины. Также высокая загруженность домашним трудом, воспитанием ребенка, низкая заработная плата учителя и такая же ситуация у матери студента приводит к низкому уровню и образования, и воспитания молодежи. Данный процесс усугубляется содержанием гендерных стереотипов современных молодежных СМИ, где подавляющее большинство образов женщины «отражает мужские фантазии о полуодетой глупышке, которую необходимо спасти» [8, с. 40] или человека, который выполняет всю работу по дому. В итоге по результатам нашего опроса 55% парней считают неотъемлемым женским качеством глупость и 50% парней на выборах в Государственную Думу проголосовали бы только за мужчину. Даже такой краткий перечень молодежных проблем, их запущенность и фундаментальное влияние на развитие общества показывают актуальность обращения государства к их разрешению. А ведь именно от «качества» молодежи зависит будущее любой страны. В отличие от маленького ребенка, молодой человек может уже воспринимать гендерные стереотипы критично, и российское общество должно использовать возможность изменить их именно в этом возрасте.

#### **Литература:**

1. Ашвин С. Гендерная солидарность против экономических трудностей? Влияние советского наследия. //Социс. –2006. № 4. – С. 57-68.
2. Балабанова Е.С. Экономическая зависимость женщин: сущность, причины и последствия. //Социс. –2006. № 4. – С. 47-57.
3. Гендер для «чайников»./ Под ред. Н.И. Алексеевой – М.: Звенья, 2006. – 263 с.
4. Воронцов Д.В. Социальная психология пола: Методические указания к спецкурсу «Основы гендерной психологии». – Ростов-на-Дону.: РГУ, 2003. – 34 с.
5. Мальцева И.О., Рощин С. Ю. Гендерная сегрегация и трудовая мобильность. – М.: ГУ ВШЭ, 2007. – 295 с.
6. Кон И. С. Ребенок и общество. – М.: Наука, 1988. – 270 с.
7. Крайг Г. Психология развития. – СПб.: Питер, 2000. – 992 с.
8. Пособие по проведению гендерного обучения. Проект Правительства Кыргызской Республики Шведского Агентства по международному развитию и Программы развития ООН (ПРООН) «Продвижение гендерного равенства в Кыргызской Республике» Бишкек, 2004. – 75 с.  
<http://rbec.undp.org/files/uploads/Gender%20CoP%20Istanbul%20January2005/Gender%20Manual%20RU.doc>
9. Фомин В.Н. Социология молодежи: учебное пособие. – Белгород: Изд-во БГТУ имени В.Б. Шухова, 2004. – 120 с.
10. Deaux K. Sex and Gender //Annual Review of Psychology. –1985, № 36. – P. 49-81.
11. Lott B. Dual nature of learned behavior: The challenge to feminist psychology //Making a difference: Psychology a. the construction of gender. – New Haven; L.: Yale univ. Press, 1990. – P. 65-101.
12. Mead M. Sex and temperament in three primitive societies. – New York: William Morrow, 1935. – 335 p.

## Гендерные стереотипы и гендерная сегрегация в сфере новых информационных технологий в Татарстане.

Камалетдинова Регина Рафаэлевна

Студент

Казанский Государственный Университет им. Ульянова-Ленина; факультет журналистики и социологии; Казань; Российская Федерация

Kamaletdinova\_re@inbox.ru

Стереотипы в обществе существовали и будут существовать всегда. По крайней мере, пока существует разница между полами. Понятие «гендер» отражает сложный социокультурный процесс конструирования обществом различий в мужских и женских ролях, поведении. Пока будет существовать мнение о том, как надо представлять свой пол, в какие игрушки играть детям и чему им обучаться на уроках, будут существовать гендерные стереотипы. Из них, в частности, будут вытекать профессиональные гендерные стереотипы. Гендерные стереотипы – это сформировавшиеся в культуре обобщенные представления (убеждения) о том, как действительно ведут себя мужчины и женщины. Термин следует отличать от понятия гендерная роль, означающего набор ожидаемых образцов поведения (норм) для мужчин и женщин.[2]

Термин «гендерная сегрегация» описывает явление, связанное с отдельным существованием индивидов, принадлежащих разным гендерным группам, в определенной сфере жизнедеятельности человека. И хотя пол и гендер не являются тождественными понятиями, под гендерной сегрегацией понимается разделение мужчин и женщин в рамках определенных социальных, экономических и институциональных структур.[2]

Профессиональные гендерные стереотипы и гендерная сегрегация ярко проявляются в современном российском обществе. Гендерно-нейтральных профессий очень мало. Дискриминация женщин в профессиональной сфере, несмотря на принятые законодательства, продолжается. Нередко женщин берут на менее оплачиваемую работу или просто меньше платят за тот же объем работы, чем мужчинам. В областях, считающихся в обществе «мужскими», женщин изначально воспринимают как менее квалифицированных работников. Сфера информационных технологий является ярким тому примером – примером действия гендерных стереотипов и гендерной сегрегации.

Информационные технологии (ИТ, ИТ, «Ай ти»)- способ создания, фиксации, переработки и распространения информации. Они разделяются на две сферы: традиционные и современные (новые). Традиционные - способы фиксации, тиражирования и распространения информации, не затрагивая самого процесса создания и смысловой переработки информации. Специфика же современных ИТ таких, как мультимедиа, искусственный интеллект и др. заключается в том, что они проникают, прежде всего, в сферу интеллектуального труда. Сфера ИТ развивается с 1960-х годов, однако в данной сфере существуют свои, уже сложившиеся стереотипы. [4]

По некоторым данным мировая женская доля среди специалистов в области информатики составляла в середине 80-х – 37%, в середине 90-х – 28%. К 2007 году она снизилась до 25 %.[1]

Ситуация в России на рынке труда в сфере ИТ такова: среди программистов 1С женщины составляют 15%, среди программистов РНР всего 6%, среди программистов Delphi их 14%, женщин web-дизайнеров 32%, а системных администраторов всего 4%.[5]

В компаниях, специализирующихся на разработке бухгалтерского программного обеспечения, в банках, торговых домах успешно трудятся женщины: программисты-

разработчики, постановщики задач, системные аналитики и администраторы сетей. Правда, уровень заработной платы, зачастую, у женщин все же ниже, чем у программистов-мужчин. Например, для мужчины - программиста Oracle средний уровень оплаты составляет \$600 - \$800 в месяц (в банках - \$1000 - \$1200), а женщинам платят \$200 - \$400.[3]

Для выявления основных стереотипов в области информационных технологий в апреле 2007 г. нами было проведено социологическое исследование. В режиме глубинного интервью мы опросили ряд директоров фирм и начальников ИТ отделов на предмет того, в чем они видят разницу между программистами разных полов. В результате были выявлены следующие гендерные стереотипы.

У работодателей-экспертов были обнаружены предпочтения мужчин женщинам.

Например, они считают, что женщины более склонны к гуманитарным, чем точным и техническим наукам. Более глубокое объяснение этого (что явно в интервью почти не называлось, но отчетливо подразумевалось) – мужчины умнее, практически только они способны на некое открытие, на создание нового продукта.

Отсюда вытекает следующий стереотип – все эксперты отметили склонность женщин к аналитической работе. Аналитика в программировании – это, например, поиск ошибок в уже созданной программе, ее отладка, но не разработка программного продукта. Работодателям-мужчинам сложнее посмотреть на женщину как просто на профессионала.

Еще один стереотип – только мужчина может полностью отдать себя работе, в то время как женщина в большей степени занята собой, семьей и лишь потом работой. Эксперты говорят, что женщины более требовательны к работодателю, к защите своих прав, они часто отказываются делать дополнительную работу.

Конечно, существует и другое мнение. Его высказывали участвовавшие в интервью работодатели-женщины, а также незначительная часть мужчин, в подчинении которых работает немало высококвалифицированных женщин. Однако наше исследование показало, что на рынке преобладают стереотипы, говорящие, что настоящим программистом, заслуживающим высокой зарплаты, может быть только мужчина.

Результаты опроса студентов факультета вычислительной математики и мехмата показали, что стереотип неспособности женщин к точным наукам формируется самими преподавателями, когда они делают девушкам поблажки во время зачетов и экзаменов. Респонденты отметили, что студенткам преподаватели задают меньше вопросов и вообще проявляют меньшую требовательность. (В подавляющем большинстве это мнение высказывалось респондентами-мужчинами.)

Данное исследование будет продолжено в феврале-марте 2008 года. Предполагается с использованием метода кейс-стади исследовать ряд фирм и ИТ подразделений предприятий Республики Татарстан (города Казань и Альметьевск), подтвердить (или скорректировать) прежние и выявить новые гендерные профессиональные стереотипы. В ходе неформализованных интервью планируется сравнить высказывания, оценки, позиции работников (женщин и мужчин) по поводу выполняемой ими работы и отношения к ним со стороны коллег и руководства, а также мнения работодателей относительно своих подчиненных. В ходе изучения явления предполагается выявить процесс гендерной сегрегации и в частной, и государственной сфере. В частности нами выдвигается гипотеза, что существует разделение на непосредственно программистов в узком смысле, кодеров – с одной стороны – и на аналитиков, отладчиков – с другой. Причем первую группу работ (более сложную, более высококвалифицированную) выполняют, как правило, мужчины, а вторую – женщины.

Сфера информационных технологий развивается в России примерно с 60 годов XX века. К настоящему времени информационные технологии проникли уже практически во все сферы деятельности и продолжают свое наступление, непрерывно совершенствуясь. Это означает, что в скором времени потребуется большое количество квалифицированных кадров, нехватка которых уже сейчас ощущается в развитых странах. Там проблема решается за счет активного привлечения женщин в данную сферу рынка труда. В России на данный момент такой

проблемы не существует, а значит, проблемы, связанные с гендерной дискриминацией в ИТ сфере в ближайшее время решены не будут.

Литература:

1. Анита Борг ( Anita Borg ) [ Электронный ресурс ]. <http://www.peoples.ru/undertake/computer/borg> (25.02.2007)
2. Мальцева, И.О. Гендерная сегрегация и мобильность на российском рынке труда / И.О. Мальцева, С.Ю.Рощин. – М.: Изд. Дом ГУ ВШЭ, 2006. – 295с.
3. Савчкова В. Женщина-программист: дискриминация в действии [ Электронный ресурс ] [http://www.job-today.ru/issue2/s08\\_00\\_4/htm](http://www.job-today.ru/issue2/s08_00_4/htm) (06.04.2006)
4. Социология: Энциклопедия / Сост. А.А. Грицанов, В.Л. Абушенко, Г.В. Евелькин, Г.Н.Соколова, О.В.Терещенко. – Минск: Книжный Дом, 2003. – 1312с.
5. Центр Маркетинговых и социологических исследований [ Электронный ресурс ] <http://www.superjob.ru/research/> (15.03.2007)

## **Динамика развития гендерных медиа-репрезентаций в советских и российских СМИ**

*Карпова Анастасия Михайловна*

*студентка*

*Российский университет дружбы народов, факультет гуманитарных и социальных наук, Москва, Россия*

*E-mail: airchild@mail.ru*

Мировоззрение современного человека практически полностью состоит из знаний и представлений, полученных в результате его взаимодействия со средствами массовой информации, которые называют основным способом приобщения к миру и важным фактором, трансформирующим систему духовного производства. Средства массовой информации, выполняющие в обществе целый ряд функций, наиболее актуальными среди которых являются адаптационная и социализирующая, выступают как способ тестирования реальных потребительских практик на соответствие задаваемому ими образцу во всех сферах деятельности человека – таким образом формируется социальная, и, следовательно, гендерная идентичность человека и групп.

В связи с этим возникает необходимость исследований динамики представлений в СМИ таких определяющих идентификационных конструктов, как мужественность и женственность, моделей социально одобряемого поведения и воздействия на реципиентов имиджей, предлагаемых средствами массовой информации. Необходимый материал для подобных исследований содержится в журнальных статьях, телевизионных передачах, рекламе, текстах песен, звучащих на радио, и в популярной литературе.

Советская гендерная система характеризовалась выполнением государством центральной роли в формировании и контроле гендерной идентичности, ставя перед гражданами обоюбого пола задачу служения стране. В отличие от советского мужчины, во все времена представляющего собой образ труженика, главы семьи, кормильца,

некоторые успешные модели женского поведения появились и подверглись тиражированию уже в довоенные годы, изменяясь каждое десятилетие в соответствии с требованиями времени.

Кризис, в котором оказалась система советских гендерных представлений в начале 1990-х годов, обусловил необходимость поиска новых моделей репрезентации мужественности и женственности. Эта ситуация позволила средствам массовой информации заполнить существующую нишу и превратиться в основного транслятора ценностей, формирующих гендерную идентичность, что привело к серьезным изменениям в одобряемых обществом чертах мужественности и женственности. Анализируя сегодняшнюю ситуацию, можно выделить ряд ключевых трендов в гендерных медиа-репрезентациях: ориентация на копирование моделей гендерного поведения популярных людей, смещение образа женщины от соратницы мужчины к его спутнице наряду с конституированием образа свободной и независимой женщины, что приводит к утрате ценности материнства и родительства; потребительская ориентация современной мужественности.

### Литература

1. Барсукова С.Ю. (2001) Модели успеха женщин советского и постсоветского периодов: идеологическое мифотворчество // Социс. № 2. С. 75-82.
2. Гендерная идентичность (2003) // Социологическая энциклопедия в 2 тт. / Под ред. В.Н. Иванова. М.: Мысль, Т.1. С.335.
3. Лебедь О.Л., Дудина Ю.В., Куликова Е.Н. (2002) Имидж семьи в современных русских песнях // Социс. №3. С.121-122.
4. Медкова М.В. (2002) Семьи «звезд» шоу-бизнеса (контент-анализ материалов прессы) // Социс. №1. С.131-135.
5. Петрова А.С. (2000) Что ищут мужчины в «женских журналах» // <http://bd.fom.ru/report/map/of004808>.
6. СМИ: предпочитаемые каналы информации (2007) // [http://bd.fom.ru/report/cat/societas/mass\\_media/media\\_preference/d073121](http://bd.fom.ru/report/cat/societas/mass_media/media_preference/d073121).
7. Суковатая В.А. (2002) Бизнес-леди: мифы и реальность // Социс. №11. С.69-77.
8. Тартаковская И.Н. (2000) Мужчина и женщина на страницах современных российских газет: дискурсивный анализ // Рубеж. №15. С.168-187.
9. Чернова Ж.В. (2003) Корпоративный стандарт современной мужественности // Социс. №2. С.97-103.

### **«Половое воспитание» школьников в 1980-е годы и конструирование идентичности:**

#### **Официальный дискурс и практики преподавания<sup>1</sup>**

*Кузнецова-Моренко Ирина Борисовна*

*Доцент, кандидат социологических наук*

*Центр перспективных экономических исследований АН РТ*

---

<sup>1</sup> Исследование выполнено в рамках проекта, реализованного Центром социальной политики и гендерных исследований в рамках гранта Фонда Джона Д. и Кэтрин Т. Макартуров (№06-85754-000-GSS), рук. Е.Р. Ярская-Смирнова.

## **Введение**

Обращение к проблеме полового просвещения в предперестроечные годы и первую пятилетку после перестройки представляет интерес, т.к. позволяет понять, каким образом система административного контроля воздействовала на интимность, как конструировался дискурс секса и репродуктивного здоровья в рамках школы, каким образом дискурс дозволительного отношения к публичному обсуждению секса преломлялся на школьных занятиях. Понимая ограничения роли школы в реферировании вопросов секса для подростков ввиду существования других авторитетных «лидеров мнения» таких как компании, родители, средства массовой информации, мы вместе с тем признаем, что именно школьное воспитание играет важную роль в формировании фреймов «допустимой» сексуальности, презентации «общественно приемлемых» форм сексуальной жизни и конструирования значений сексуального опыта. Сексуальность и школьное обучение – это и вопрос об административной власти над телом, и одновременно вопрос о трансформации интимности и идентичности.

## **Методы**

Исследование основывалось на глубинных интервью с экспертами, влияющими как на разработку системы «полового просвещения» - заместитель министра здравоохранения ТАССР, работниками школ, которые занимались «половым просвещением» в 1980 годы и учащимися тех лет. Информанты представляли своего рода «устные истории», их рассказы о «половом просвещении» были тесно вплетены в контекст взаимоотношений со школьниками, родителями, администрацией. Для анализа официального дискурса анализировались учебники для педагогов и учеников, касающиеся полового воспитания.

## **Результаты**

Вопрос о необходимости введения в школах полового воспитания поднимался в СССР с 1962 года. Долгое время единственными проводниками информации, связанной с репродуктивным здоровьем и сексом, выступали акушеры-гинекологи, проводящие лекции в школе согласно планам санитарно-просветительской работы. Однако системного знания подобные занятия приносить не могли в силу ограниченности часов и отсутствием единой программы. В 1983-1985 гг. в школьных программах появились дисциплины "Гигиеническое и половое воспитание" (12 часов в 8 классе) и "Этика и психология семейной жизни" (34 часа в 9-10 классах).

Освещение вопросов в школе, напрямую или косвенно касающихся сексуальной жизни обозначалось понятиями «половое воспитание» и «половое просвещение». «Половое воспитание» понималось как «часть нравственно-этического воспитания». Анализ книг, служащих пособием для учителей показал, что секс, помещается в контекст брака и не индивидуализируется, выступая объектом социального и государственного контроля. Учебники следовали модели официальной пропаганды «незыблемости» советской семьи и коммунистического воспитания.

Интервью с учителями, которые вели предмет «Этика и психология семейной жизни» позволили обнаружить, что, говоря о роли полов во взаимоотношениях, учителя воспроизводили господствующую тогда установку на естественность половых различий. Особое внимание уделялось роли мужчины. При этом имплицитно присутствовало понимание мужчины как более «сильного», и поэтому ответственного за взаимоотношения.

В большинстве школ для беседы о методах предохранения и репродуктивном здоровье приглашались медики. Стоит отметить, что медицинский акцент в половом просвещении сыграл двойственную роль – будучи произведенным командно-

административной системой с соответствующими методами, оно выступало средством контроля над репродуктивной системой. Одновременно с этим медицинское половое просвещение повлияло на формирование установок на ответственную сексуальную жизнь. В то же время стоит отметить гендерный «перекос» - ответственность за безопасный секс возлагалась в большей степени на женщину.

Сексуальность как социальный конструкт, действующий в пределах власти, с одной стороны, и как часть самоидентичности, с другой стороны, была дискуссионной точкой повседневности в школах позднесоветского периода. Однако основными барьерами выступали идеология и межпоколенческий разрыв. Признавалось, что откровенные разговоры о семейной жизни противоречили официальной идеологии. Именно к середине 1980-х годов исследователи относят артикуляцию и коммерциализацию сексуальности в СССР, названную «сексуальной революцией». Власть уже не могла представить учебную программу, адекватную восприятию школьников позднесоветского поколения, подобрать нужный идеологический ключ.

### **Литература**

Гидденс Э. Трансформация интимности. – СПб.: Питер, 2004.

Исаев Д.Н., Каган В.Е. Половое воспитание и психогигиена пола у детей. – Л.: Медицина, 1979.

Кон И.С. Подростковая сексуальность на пороге XXI века. – Дубна, 2001

Марьясис Е.Д., Ахвердов А.Г. Уроки семейной жизни. – Ставрополь: Кн. Изд-во, 1987.

Разумихина Г.П. Мир семьи: Кн. Для учащихся ст. классов по курсу «Этика и психология семейной жизни». – М.: Просвещение, 1986.

Роткирх А. Советские культуры сексуальности // В поисках сексуальности: Сб. статей, под ред. Е. Здравомысловой и А. Темкиной. СПб, 2002.

Фуко М. Воля к истине: по ту сторону знания, власти и сексуальности: работы разных лет; Пер. с франц / М. Фуко. - М. : Касталь, 1996.

## **Факторы формирования гендерных стереотипов**

*Лактюхина Елена Геннадьевна*

*студентка*

*Волгоградский государственный университет, Волгоград, Россия*

[Laktuchina@mail.ru](mailto:Laktuchina@mail.ru)

В научной литературе множество работ посвящено изучению процесса формирования гендерных стереотипов. Традиционно к их числу относят такие социальные характеристики, как пол, возраст, уровень образования и т.д. Исследователи отмечают, менее образованные и урбанизированные слои населения проявляют меньшую критичность к новой информации, в то время как в кругах наиболее образованных людей проявляются признаки радикализации и активизации сознания. Более взрослое поколение склонно поддерживать традиционный уклад, сохраняя консервативный взгляд и на распределение ролей в современной семье. Другой значимый фактор – пол, гендерные стереотипы не всегда разделяются мужчинами и женщинами, к тому же по-разному оцениваются. Наиболее изученной является роль расового и этнического фактора, прежде всего называется стереотип «русской женщины», которой приписываются черты, в западной культуре свойственные скорее мужчинам: ум, сила, трудолюбие. Отдельное место в процессе формирования гендерных стереотипов отводят средствам массовой информации. Основная функция СМИ состоит в распространении и социальном освоении существующих норм и ценностей, но также подчеркивается роль в создании новых представлений о фемининности и маскулинности.

В рамках социологического исследования «Волгоград сегодня: массовое сознание и оценка общественной ситуации», проведенного в июле 2007 года, мы рассмотрели влияние различных факторов на процесс формирования гендерных стереотипов. Использовалась стратифицировано-гнездовая выборка объемом 240 человек. Респондентам предлагалось выразить свое согласие/несогласие со следующими высказываниями: «мужчина – кормилец семьи» и «удел женщины – дом и дети», а также с распределением основных семейных обязанностей и трудовых ролей.

Результаты проведенного анкетирования во многом подтверждают аналогичные

исследования. Наиболее выраженное влияние оказывает такой фактор как пол респондента ( $r = 0,570$ ). Проведенное исследование подтверждает существование разных представлений у мужчин и женщин об идеальном типе семьи и гендерном распределении семейных ролей. Мужской консерватизм проявляется в стремлении разделять домашние обязанности на «мужские» и «женские», а также в стремлении закреплять за мужчиной роль начальника, за женщиной – роль подчиненного.

Возраст респондентов имеет также немаловажное значение. Люди старших возрастов по-прежнему склонны поддерживать традиционный уклад. Корреляция между признаком «возраст» и поддержанием стереотипов довольно существенна ( $r = 0,421$ ). Что касается такого признака, как уровень образования, то его влияние трудно отделить от рода занятий респондента, тем не менее, прослеживается зависимость: чем ниже уровень образования, тем чаще респонденты соглашались с тем, что главная женская функция – это забота о семье и детях.

Также слабая корреляция присутствует между поддержанием стереотипов и признаком «семейное положение». Если учесть, что в основном не состоит в браке молодёжь, то можно говорить, что молодое поколение не склонно поддерживать этот стереотип, к тому же, не находясь в брачных отношениях, респонденты (в особенности девушки) не разделяют традиционный уклад современной жизни.

Таким образом, мы можем говорить, что процесс формирования гендерных стереотипов во многом детерминирован социально-демографическими характеристиками. Влияние таких факторов, как пол, возраст, семейное положение значительно. Однако для более точного понимания процесса формирования стереотипов, следует учитывать целый комплекс факторов социальной среды.

#### **Литература**

1. Кирилина А.В. (2004) Гендерные исследования в лингвистике и теории коммуникации. М.: РОССПЭН, 2004.
2. Малышева Н.Г. (2004) Гендерные стереотипы в средствах массовой коммуникации, ориентированных на аудиторию разных возрастов // Мир психологии. 2004, №3.
3. Рябова Т.Б. (2003) Стереотипы и стереотипизация как проблема гендерных исследований // Личность. Культура. Общество. Т. V. Вып. 1-2 (15-16).

### **Гендерная модель «советского детства» в 1920-30-е годы**

***Мовчан Анастасия Владимировна***

*аспирантка*

*Донецкий национальный университет, Донецк, Украина*

*E-mail: anastasiamovchan@yahoo.com*

Сегодня история советского детства является перспективным направлением в научных исследованиях. Особый научный интерес вызывает проблематика 1920-30-х годов, когда происходит процесс зарождения и становления особой модели «советского детства».

Изучение советского детства является перспективным в контексте гендерной методологии. Начало гендерного анализа государственных стратегий в области детства в 1920-30-е годы было положено современными российскими и западными учёными [1].

Однако реконструкция гендерной модели «советского детства» как системы исторически и культурно сформировавшихся в обществе норм и стереотипов, характерных для представителей определенного пола, или приписываемых представителям определенного пола государственной идеологией, требует дальнейшего специального исследования.

Таким образом, целью нашей работы является попытка сформулировать гендерную модель «советского детства» в 1920-30-е годы и причины её последующей трансформации. Источниковой базой исследования выступила центральная и региональная периодическая пресса, которая позволила проанализировать государственные стратегии в области формирования гендерной модели «советского детства», а также степень успешности её реализации. Анализ периодической прессы 1920-30-х годов дал возможность проследить процесс реализации официальной гендерной модели «советского детства» в повседневной практике советских детей.

Следует отметить, что в начале 1920-х годов советские идеологи не уделяли особого внимания гендерным отличиям, гендерным ролям и статусам детей в обществе. Главным для них было то, чтобы все дети, независимо от их пола, были «организованными детьми» - пионерами или октябрятами. Пропаганда, художественная литература и кинематограф в 1920-е годы изображали детей «маленькими взрослыми», со взрослыми чертами лица, со сформировавшимся твердым и решительным характером, обладавшими политической бдительностью и сознательностью. Пионерские собрания, конференции, митинги, обсуждение политических событий, общественно-полезный труд должны были полностью заполнить детский досуг. В этот период советские газеты и журналы писали о детях в основном гендерно-нейтрально, используя бесполое характеристики и формулировки. Однако со временем пропаганда начинает отдавать предпочтение мужскому образу и стилю поведения у детей.

Современные исследователи обратили внимание на то, что «идеальным» советским ребенком в 1920-е годы, с точки зрения советских идеологов, был мальчик, чаще всего блондин, политически активный, энергичный, самоуверенный, стремящийся как можно скорее проститься с детством. Вот образ типичного пионера, который предлагает журнал «Вожатый» в 1924 году: «Ему нет 13 лет. Белокурый, с быстрыми глазами, вечно живой - он производит приятное впечатление с первой же встречи. И он любимец в отряде. Но пионером стал не сразу. Много вытерпел, много поломал себя, повоевал дома, несколько раз выходил из отряда. ... На вид он рядовой пионер, но внутренне сильный и подающий надежды мальчик. Сейчас он усердно готовится в комсомол: «Уж, за что взялся, что нравится - не бросит. Парень – «гвоздь» [2]. И так, любимым героем советской пропаганды, художественных произведений и кинокартин со второй половины 1920-х годов становится мальчик - пионер, активный, самоуверенный и энергичный. Характер и моральные качества «настоящего» пионера, такие как стремление к лидерству, мужество, активность, смелость, решительность, имели ярко выраженную маскулинную окраску. А девочкам, чтобы стать хорошими пионерками, нужно было избавиться от «негативных» - «девчачьих» привычек, таких как плаксивость, робость, болтливость и т.д. На фотографиях девочки-пионерки почти не отличаются от мальчиков, у них короткие стрижки, грубые черты лица, одинаковая с мальчиками одежда. Для девочек становится приемлемым мальчишеский стиль поведения и внешность, а желание красиво одеваться, украшать себя, посещать театр и кино, осуждались как проявления «мещанства» и «пережитков прошлого». Показательной в этом смысле является публикация детских писем в редакцию газеты «Пионерская правда» под названием «Кем хотят быть наши дети: Сборник детских писем для отцов» в 1929 году. В своих письмах дети Советского Союза осуждали девочку Катю, которая искренне написала в своем письме, что мечтает стать красивой и известной киноактрисой [3].

Если проанализировать заметки юнкоры в газеты и журналы, то их авторами и главными героями были преимущественно мальчики, а эпизодические упоминания о

пионерках-активистках относятся исключительно к девочкам-горожанкам. На селе, где традиционный жизненный уклад и гендерные модели поведения оставались практически неизменными вплоть до конца 1930-х годов, о девочках – пионерках вообще нет упоминаний.

Со второй половины 1930-х годов гендерная модель «советского детства» кардинально меняется. От попыток создать девочек и мальчиков, лишенных гендерных отличий с акцентом на мужской стиль поведения, государственная идеология начинает пропагандировать более зависимый и покорный образ девочек, с их основной социальной ролью будущих хозяек и матерей, и образ мальчика - будущего воина и защитника Родины.

Подводя итог, можно сделать вывод, что гендерная модель «советского детства» на протяжении 1920-30-х годов не была статичной, она трансформировалась в соответствии с изменениями государственной политики и идеологии. В первые годы после революции она - гендерно-эгалитарная, начиная со второй половины 1920-х годов - приобретает черты «универсальной мужественности», а с середины 1930-х годов государство формулирует четкие гендерные образы и гендерные модели поведения для советских граждан и, в том числе, для советских детей.

### Литература

1. Сальникова А.А. Трансформация идеалов и жизненных ценностей русской девочки/девушки в первое послеоктябрьское десятилетие // Социальная история. Ежегодник, 2003. Женская и гендерная история. - М., 2003. - С. 411-435; Здравомыслова Е., Темкина А. Советский этакратический гендерный порядок // Социальная история. Социальная история ежегодник, 2003. Женская и гендерная история. - С. 436-463; Келли К. «Хочу быть трактористкой!» (Гендер и детство в довоенной советской России) // Социальная история. Ежегодник, 2003. Женская и гендерная история. - М., 2003. - С. 385- 410; Wood E. The Baba and the Comrade: Gender and Politics in revolutionary Russia. Bloomington: Indiana University Press. – 1997.
2. Типы пионеров // Вожатый. – 1924. - № 4. - С.9-10.
3. Кем хотят быть наши дети: Сб. детских писем для отцов. - М., 1929.- 95 с.

## **Женские общественные организации как объект социологического анализа**

**Орешенкова Надежда Эдуардовна**

*аспирантка*

*Санкт-Петербургский государственный университет, С.-Петербург, Россия*

*E-mail: [nadinada@mail.ru](mailto:nadinada@mail.ru)*

Некоммерческие организации (НКО) являются неотъемлемым элементом гражданского общества и всей общественно-политической системы в целом. Они повышает значимость таких понятий как гражданская позиция, гражданская инициатива, солидарность. Самоорганизация граждан, первоначально направленная на задачу самовывживания, демонстрирует ценность личной поисковой активности. Усиливая рынок услуг в целом, негосударственные организации расширяют возможности получения социальной помощи для большего количества людей, повышают их доступность – пространственную, временную, финансовую, психологическую. Предоставляя услуги, НКО позитивно влияют на качество жизни людей.

***Женские НКО, являясь составной частью гражданского общества, представляют собой постоянно развивающуюся, динамичную структуру, позволяющую женщинам активно включаться в такие политические, экономические, социальные процессы как лоббирование своих интересов в правительстве, развитие женского предпринимательства, протестные движения, деятельность СМИ. Таким образом, их интересы и потребности, желание отстаивать свои права, выносятся, «легитимизируются» из приватной сферы в широкое общественно-политическое сознание, а НКО становятся одним из связующих звеньев включения женщин в этот процесс.***

На макроуровне это позволяет женским общественным организациям влиять на определенные социальные и политические явления, на принятие законодательных актов, формировать общественное мнение по тому или иному дискурсионному вопросу,

повысить социальную значимость женщины в целом и находить наиболее эффективные методы решения острых социальных, экономических, правовых, этических проблем. Такие сферы, как политика, экономика, предпринимательство, наука – сферы, где сосредоточены властные ресурсы и управление финансовыми потоками, находятся под контролем мужчин, а «ниша» общественной жизни, так называемого «третьего сектора», где необходимо постоянно решать наболевшие социальные вопросы, в основном занята женщинами. Это обусловлено, во-первых, объективными причинами (отсутствием доступа и/или затрудненным доступом к политическим, финансовым ресурсам); во-вторых, личностными мотивами (сплоченность по принципу «общей беды»); в третьих, возможностью проявить себя в социальном контексте как личности.

Участие женщин в создании и деятельности общественной организации позволяет им реализовать себя в общественно-политической сфере; повысить свою социальную значимость; использовать этот потенциал как «трамплин» в большую политику; обозначить ряд социальных проблем и наметить пути их решения; постоянно держать общественное мнение в курсе этих проблем. Таким образом, в политике, экономике НКО могут способствовать вхождению женщин во власть, поддерживать женское предпринимательство, развивать школы лидерства для женщин. Помимо этого, в таких традиционных «женских» сферах занятости как образование, благотворительность, социальная работа женские НКО могут добиться максимально высоких результатов за счет сплоченности и солидарности в своих действиях.

На мезоуровне женщина, включенная в работу НКО, может реализовать различные стратегии управления деятельностью организации: ее создание, направление работы, привлечение волонтеров, поиск финансирования (файндрайзинг), PR и т.д.

На микроуровне женские общественные организации объединяют целевые группы женщин, которые столкнулись с одинаковой проблемой, например, матерей детей-инвалидов и членов их семей, солдатских матерей и т.п.; оказывают им психологическую, социальную, юридическую и другие виды помощи.

В связи с этим, необходимо рассматривать женские некоммерческие организации как один из эффективных вариантов объединения и интеграции женщин, с последующим развитием и применением их лидерских стратегий для развития как негосударственного сектора, так и других сфер жизнедеятельности общества. Женщины-руководители НКО, прошедшие школу гражданского общества, являются тем интеллектуальным потенциалом, который может быть успешно задействован в структурах власти в России.

Итак, очевидно, что, участвуя в деятельности НКО женщины:

1. осуществляют легитимацию своего положения в традиционно «мужских сферах»;
2. проявляют свою активную гражданскую позицию, «озвучивают» актуальные социальные проблемы и ищут оптимальные пути их решения;
3. обеспечивают социальную защиту определенных целевых групп;
4. могут реализовывать и развивать свой лидерский потенциал;
5. удовлетворять личностные и духовные потребности.

### Литература

1. Абубикирова Н.И., Клименкова Т.А., Кочкина Е.В., Регентова М.А. Женские организации в России сегодня // Женские неправительственные организации России и СНГ. М., 1998.
2. Айвазова С.Г., Кертман Г.Л. Женщины на randevу с российской демократией. М., 2001.
3. Гендерные аспекты политической социологии /Под.ред.С.Г.Айвазовой, О.А.Хасбулатовой. М., 2004.

4. Горный М.Б. Взаимодействие структур гражданского общества с властными структурами – от конфронтации к социальному партнерству. //Формирование гражданского общества как национальная идея России XXI века (материалы к форуму) СПб, 2000. с.84.
5. Силласте Г.Г. Гендерная теория как частная социологическая теория. //СОЦИС, 2004. № 11. с.5-35.

## **Современные представления о гендерной идентичности**

***Орлянская Елена Николаевна***

*аспирант*

*Ставропольский государственный университет, г. Ставрополь, Россия*

*E-mail: orelena83@mail.ru*

Гендерная идентичность представляет собой специфический тип социальной идентичности индивида и группы. Она не является врожденной, хотя основывается на врожденных половых различиях людей, их заданной биологической программе. Разные исторические эпохи, культуры, цивилизации конструировали гендер и гендерную идентичность по-разному. Российский ученый М.Н. Губогло предложил понимание процесса формирования и функционирования гендерной идентичности как «триединую стратегию: во-первых, как постоянно пополняемый кладезь представлений о гендере, состоящих в свою очередь из гендерного самосознания и гендерного сознания, во-вторых, набор разнообразных форм поведения, реализуемых при исполнении социальных и гендерных ролей, и, наконец, в-третьих, обладание багажом гендерных установок и предрассудков» [1]. Гендерное сознание можно рассматривать как совокупность представлений о противоположном поле и взаимоотношениях полов на основе исторически сложившихся в данном обществе традиций и норм, а также принятых в нем законов, наделяющих женщин и мужчин определенными правами и обязанностями. Гендерное самосознание включает в себя претензии, ожидания, представления каждого пола о себе и другом поле, понимание гендерных ролей в данном обществе и установки на принятие или непринятие этих ролей, желание или нежелание включаться в социальную жизнь в соответствии с имеющими место в обществе неписаными гендерными «правилами игры» [2]. Гендерное поведение соответствует реальному «проигрыванию» принятых на себя каждым полом совокупности гендерных ролей. На него большое влияние могут оказывать конкретные социальные ситуации, а также традиции и нормы того или иного общества. Естественно, все эти три компонента

находятся в постоянном изменении, и чем больше общество подвержено глобальным политическим и культурным воздействиям, тем скорее в нем изменяются гендерные роли, гендерное сознание и самосознание.

Гендерная идентичность - осознание себя связанным с культурными определениями мужественности и женственности. Понятие действует отнюдь не за пределами субъективного опыта и служит психологической интериоризацией мужских или женских черт, возникая в результате процесса взаимодействия «Я» и других. Гендер не зависит только от пола, а является результатом построения гендерных идентичностей [3].

Необходимо отметить, что гендерная идентичность является более широким понятием, чем полоролевая идентичность, поскольку гендер включает в себя не только ролевой аспект, но и, например, образ человека в целом (от прически до особенностей туалета). Также понятие гендерная идентичность аналогично понятию половая идентичность (гендер - понятие не столько биологическое, сколько социокультурное). Половая идентичность может быть описана с точки зрения особенностей самовосприятия и самопредставления человека в контексте его сексуального поведения в структуре гендерной идентичности.

С точки зрения теории социального конструктивизма, устройство социального мира обладает «моральным статусом», согласно которому каждый человек принадлежит или к мужскому, или к женскому полу [4]. Поэтому женщины могут быть и «неженственными», что не делает их «неженщинами», главное - быть включенными в условия гендерной оценки. Культурная сегрегация гендера обеспечивается на различных социальных и культурных уровнях, благодаря чему воспроизводство «своего гендера», социализация девочек и мальчиков - процесс нормированный, хотя и зависимый от особенностей микросреды.

Женская идентичность - категоризация себя как представительницы женской социальной группы и воспроизведение гендерно обусловленных ролей, диспозиций, самопрезентаций. Признание и использование категоризации себя по признаку пола зависит не столько от индивидуального выбора, сколько биологически обусловлено и социально принудительно [5]. Конструирование женской идентичности непосредственно связывают со специфичным для женщины «женским опытом». Он начинает создаваться благодаря особенностям социализации девочек с младенческого возраста, т.к. родители создают гендерно-нормированный образ новорожденного ребенка (бантики, длинные волосы, нарядные платья и т. п.), а также поощряют гендерно-нормированное поведение (нерешительность, эмпатийность, пассивность и т. п.). В дальнейшем «быть девочкой» «помогают» институты социализации, важнейшими агентами которых являются ровесники, а также СМИ, наиболее жестко отстаивающие гендерные ролевые стереотипы.

Мужская идентичность - категоризация себя как представителя мужской социальной группы и воспроизведение гендерно обусловленных ролей, диспозиций, самопрезентаций. В основе становления мужской идентичности лежит «идеология мужественности» (Д. Плек), которая является составной частью традиционной патриархатной культуры. Структура ролевых норм «идеологии мужественности» определяется нормой статуса, нормой твердости (физической, умственной и эмоциональной), нормой антиженственности. Центральной характеристикой мужской идентичности является потребность доминирования, неразрывно связанная с мужской гендерной ролью. Традиционно считается, что в процессе социализации мальчик находится в более сложном положении, чем девочка, поскольку его воспитатели являются женщинами (недостаточно объектов для идентификации). Дальнейшая социализация мальчиков связана с социальными барьерами на пути развития маскулинности, провоцирующими эмоционально-когнитивный диссонанс, следствием которого является «полоролевая растерянность» либо утрированно-маскулинные

полоролевые ориентации.

«Принцип Адама» или принцип маскулинной дополнительности, сформулированный Дж. Мани, имеет под собой непосредственно биологическую подоплеку (на каждом этапе половой дифференциации для развития по мужскому типу необходимо преодолеть или подавить фемининное начало) и непосредственно связан с культурной нормой антиженственности идеологии маскулинности. «Преодоление женственности» лежит в основе обрядов инициаций мальчиков: пройдя испытания, они могут быть включены в сообщество мужчин. «Комплекс кастрации» - еще один принцип, регулирующий, с точки зрения ортодоксального психоанализа, развитие мужской идентичности. Комплекс кастрации неразрывно связан с Эдиповым комплексом, который фактически служит разрушению первичной идентификации мальчика с матерью и происходит с помощью отца, поддерживающего в сыне тенденцию к обесцениванию всего женского. З. Фрейд полагал, что личность тогда развивается гармонично, полноценно, когда не нарушается ее половая идентификация [6].

### Литература

1. Губогло М.Н. Идентификация идентичности. М., 2003.
2. Титаренко Л.Г. Гендерная социология. Мн., 2003.
3. Гендерная идентичность / Современный философский словарь / [http://www.gender.ru/gloss.htm#gender\\_identity](http://www.gender.ru/gloss.htm#gender_identity)
4. Уэст К., Зиммерман Д. Создание гендера / Хрестоматия феминистских текстов. Переводы. Под ред. Е. Здравомысловой, А. Темкиной. СПб., 2000.
5. [Гарфинкель Г.](#) Исследования по этнометодологии. 2006.
6. Репина Т.А. Анализ теорий полоролевой социализации в современной западной психологии // Вопросы психологии, № 2, 1987.

## **Плотникова Юлия Сергеевна**

*старший преподаватель*

*Омский государственный технический университет, Омск, Россия*

Демографическая особенность России – значительное превышение численности женщин над численностью мужчин, причём такая тенденция наиболее показательна для старших возрастов. В настоящее время в структуре населения в возрасте 65 лет и старше женщины составляют 69 процентов. Эти показатели свидетельствуют о феминизации старости.

По данным последней переписи населения (2002 год) в России проживало 67,6 миллионов мужчин и 77,6 миллионов женщин, на 1000 мужчин приходилось 1147 женщин. В 2007 году на 1000 мужчин приходилось уже 1158 женщин. Преобладание численности женщин над численностью мужчин отмечается, начиная с 33-летнего возраста. Это следствие того, что в России высока смертность мужчин в трудоспособном возрасте, по этому показателю мужчины опережают женщин в 4 раза. Сравнение с другими странами подтверждает значительный недостаток в России мужчин в средних и особенно в старших возрастах. Во всех странах мира средняя разница в длительности жизни мужчин и женщин составляет от 2-х до 9-ти лет, в России эта цифра приближается к 13 годам. Российские мужчины живут в среднем 59 лет, тогда как в Японии средняя продолжительность жизни мужчин составляет 77,4 года, в Швеции – 77 лет, в Великобритании – 75 лет, во Франции и Германии – 74,5, а в США – 74 года ([www.gks.ru](http://www.gks.ru) - официальный сайт Федеральной службы государственной статистики России).

Демографы отмечают, что при сохранении современного половозрастного уровня смертности мужчин в России, из нынешнего поколения 16-летних юношей до 60 лет не доживёт 47 процентов. И, как следствие такой ситуации – значительная разница в ожидаемой продолжительности жизни при рождении у мужчин и женщин. Так в 2006 году ожидаемая продолжительность жизни для мужчин составила 58,87, а у женщин – 72,39 года.

Анализ приведённой статистики показывает значительную диспропорцию в продолжительности жизни мужчин и женщин. Такая ситуация помимо демографических проблем неблагоприятно сказывается на основных показателях социально-экономического развития, прежде всего на обеспечении трудовыми ресурсами. Актуальность проблемы подтверждается в Концепции демографической политики, утверждённой президентом Российской Федерации Путиным на период до 2025 года. Одной из задач этой концепции является увеличение ожидаемой продолжительности жизни населения обоих полов до 75 лет и сокращение разницы в продолжительности жизни мужчин и женщин. Очевидно, что для достижения указанной задачи необходимо знать детерминанты гендерных различий продолжительности жизни.

Как показывает анализ научной литературы разница в продолжительности жизни мужчин и женщин обусловлена множеством факторов, которые можно разделить на две группы: психолого-биологические и социальные.

1 группа: психолого-биологические детерминанты. Особое внимание уделяется половым различиям, которые значительно влияют на особенности развития многих заболеваний. В этой проблеме большое значение придаётся женским половым гормонам, которым принадлежит своеобразная защитная роль (Чеботарёв, 1978). Так, например, у мужчин раньше начинается прогрессировать атеросклероз, возникают грубые нарушения кровоснабжения сердца и мозга. Исследования медиков и демографов выявили, что пожилые мужчины чаще, чем женщины, страдают заболеваниями с выраженным снижением функциональных возможностей организма (соответственно 30,9 % и 26,8%). Вероятно, это результат, как физиологических особенностей мужского организма, так и более низкой посещаемости мужчинами амбулаторно-поликлинических учреждений, что затрудняет своевременное выявление заболеваний на ранних стадиях.

Благодаря более оптимистической жизненной позиции и высокой, в сравнении с мужчинами степени адаптации к неблагоприятным факторам, у женщин реже «включается» механизм саморазрушения. Следствие этого - большая жизнеспособность женщин.

Об оптимизме российских женщин свидетельствуют исследования, проведённые сотрудниками Института социологии РАН. Так у женщин и мужчин возрастной группы «60-64 года» процент людей с неудавшейся жизнью находится в соотношении 15% к 29%, а в возрастной группе «65-69» это соотношение соответственно 16% к 26% (Козлова, 2007). Женщины более выносливы и оптимистичны в своих оценках. Как утверждал А. Швейцер, пессимизм угнетает волю к жизни, скатывает человека в пропасть, где его может ожидать смерть (Швейцер, 1986). Способность адаптироваться к условиям среды (социальной и природной) у женщин выше, чем у мужчин. В результате женщины более стрессоустойчивы, им не нужны такие механизмы замещения, как алкоголь и наркотики.

И ещё один немаловажный факт, большая жизнестойкость женщин, во многом объясняется материнским инстинктом, мысль о том, что надо вырастить детей помогает преодолеть женщинам многие проблемы. В отличие от мужчин признаки жизнеспособности женщин не снижаются с возрастом.

2 группа: социальные детерминанты. Значительные диспропорции в соотношении полов в старших возрастах во многом обусловлены огромными людскими потерями мужской части населения во время Великой Отечественной войны (Альперович, 2004).

Основной причиной смерти мужчин трудоспособного возраста являются внешние причины (убийства, самоубийства, алкоголизация, наркомания, несчастные случаи). К примеру, самоубийц в нашей стране в 3 раза больше, чем в среднем по миру, по этому показателю Россия занимает первое место в мире. Более 10 миллионов россиян страдают алкоголизмом ([www.gks.ru](http://www.gks.ru) - официальный сайт Федеральной службы государственной статистики России). Кривая смертности от этих причин резко пошла вверх в начале 90-х, это следствие состояния аномии, в котором оказалась Россия.

Учитывая, что наличие психолого-биологических различий у мужчин и женщин во всех странах одинаково, а разница в продолжительности их жизни в России значительно больше, чем в других странах (кроме африканских стран), можно сделать вывод, что современная демографическая ситуация в России обусловлена социально-экономическими процессами. При создании благоприятных условий в семье, трудовой сфере, при правильной организации досуга российских мужчин, степень их адаптации повысится, они станут более оптимистичны, появится воля к жизни.

Следовательно, для того, чтобы внести значительные коррективы в уменьшении разницы продолжительности жизни мужчин и женщин, необходимо устранить влияние негативных социальных факторов. Только грамотная социальная политика в области демографии может обеспечить реализацию этой задачи. Необходимо формирование правовой, организационной и финансовой базы, разработка социологических теорий для эффективного вмешательства в демографические процессы.

#### Список литературы

1. Альперович В. Проблемы старения: Демография, психология, социология / В.Д.Альперович. – М.:ООО «Издательство АСТ»,2004,352 с.
2. Козлова Т.З. Старшее поколение: его социальное время // Тезисы докладов Всероссийской научной конференции «Сорокинские чтения: социальные процессы в современной России: традиции и инновации». Т.1, - М.:КДУ,2007, - с.62-64 .
3. Социально-гигиенические и демографические проблемы геронтологии: М.,Статистика, 1978, 111 с.

**Гендерные стереотипы глазами студентов-госслужащих: неоднозначность восприятия**

***Приходькина Наталия Алексеевна***  
*аспирантка*

*Национальный Университет «Киево-Могилянская академия», Киев, Украина*  
*E-mail: [perlina@yandex.ru](mailto:perlina@yandex.ru)*

**Введение**

Преодоление существующих гендерных стереотипов и предубеждений является сложной комплексной проблемой, важное место в которой занимает образовательный компонент. Собственно, это и вызвало к жизни идею комплексного внедрения гендерных знаний через систему образования. Сейчас есть особая необходимость в получении гендерного образования будущим чиновникам и политикам, педагогам и журналистам, т.е. тем профессиональным группам, которые оказывают большое влияние на общественное сознание. Исследование гендерных стереотипов у студентов очень важно для их эффективной дальнейшей деятельности в обществе, построенного на принципах равноправия.

Среди украинских ученых основательные исследования гендерной системы в Украине осуществляют И. Жеребкина, И. Головашенко, И. Лебединская, Т. Мельник, Н. Чухим и др., гендерных стереотипов и гендерных ролей - Т. Виноградова, Т. Говорун, О. Кикинежди, В. Семенов, П. Горностай, М. Пирен, В. Суковата и др..

**Цель доклада** заключается в том, чтобы на основе анализа результатов социально-психологического исследования проведенного среди студентов-государственных служащих курса повышения квалификации Украинской академии Внешней торговли показать уровень гендерной чувствительности, отношение молодежи к существующим гендерным стереотипам, выявление личностных ценностей и установок респондентов, сравнительный анализ восприятия гендерных отличий.

## **Результаты**

Общее количество исследуемых возрастом от 22 до 53 лет составляло 96 студентов, среди которых представители как женского пола - 69 студенток, мужской - 27 студентов. Методологический подход при разработке нами анкет предусматривал такой набор тем в процессе социологического опроса, который наиболее присущ людям в повседневной жизнедеятельности, и который бы отобразил гендерные аспекты изучаемых проблем.

Исследование показало, что отношение респондентов к стереотипным представлениям, которые существуют в обществе о нормах поведения и роли мужчин и женщин, неоднозначны. Студенты-мужчины в большей степени проявляют готовность поддерживать стереотипы, если они касаются женщин, их ролей, характеристик и норм поведения. Девушки более склонны к несогласию с предписаниями для обоих полов, которые ограничивают их деятельность.

Анализ личностных ценностей и установок свидетельствует о том, что респонденты как мужского, так и женского пола считают свою семью и счастье близких людей приоритетом для себя в будущем. При этом, уважение других людей в отношении к ним будет зависеть от их личностных характеристик, а не от семьи или престижной работы. Девушки чаще за ребят демонстрируют самодостаточность и ценность собственной личности.

## **Выводы**

Таким образом, проведенное исследование демонстрирует, что гендерная тематика довольно актуальна на современном этапе развития Украины. Компоненты гендерной политики сегодня во времени. Это подтверждает целый ряд законопроектов, принятых в Украине за последние 5 лет, а также государственная программа по утверждению гендерного равенства на период 2007-2010 гг. Там компонент образования является наибольшим. В конце концов, можно сказать, что работая именно с политиками, государственными служащими, мы видим, что влияние на их сознание имеет большое значение, но еще большее значение имеет то, чтобы формировать в обществе новое видение этих проблем, систематически и систематизировано

## **Литература**

1. Берн Ш. Гендерная психология. – СПб: Прайм – ЕВРОЗНАК, 2001. – 320 с.
2. Головнева И.В. Влияние трансформации гендерных ролей на психологическое здоровье человека // Гендер: реалії та перспективи в українському суспільстві: Матеріали Всеукраїнської науково-практичної конференції (Київ, 11 – 13 грудня 2003 р.). – К: ПЦ «Фоліант», 2003. – С. 71–74.
3. Клецина И. Самореализация и гендерные стереотипы // Психологические проблемы самореализации личности. Вып. 2. – СПб.: СПбГУ, 1998. – С. 188 – 202
4. Пірен М. Гендерні відмінності в суспільстві та їх соціопсихологічний аналіз / Гендерні аспекти державної служби / За заг. ред. Б. Кравченка. – К: Вид-во Соломії Павличко «Основи», 2002. – 335 с.
5. Силласте Г.Г. Гендерная социология как частная социологическая теория // СоцИс: Социологические исследования - 2000. - N11. - С. 5-15.
6. Long J., Sadker M., Sadker D. The Effect of Teacher Sex Equity and Effectiveness Training at the University Level. University of Illinois Press, 1986, 222 p.

## **Социальные предпосылки вхождения женщин в научную сферу**

**Таточенко Елена Викторовна**

кандидат педагогических наук, старший преподаватель  
Ставропольский филиал Московского государственного гуманитарного  
университета им. М.А. Шолохова, г. Ставрополь, Россия  
E-mail: Helenatatochenko@rambler.ru

В настоящее время, рассматривая особенности взаимоотношений мужчин и женщин, необходимо соблюдать определенные жесткие правила. Первое и наиглавнейшее – строго следовать принципу равенства мужчин и женщин, подразумевающее равенство не только в правах, но и равенство умственных и физических данных. Второе правило – любое неравенство объяснять природной материнской ролью женщины. Нарушитель этих правил сразу же попадает под жесткую критику феминисток или защитников мужских интересов. В результате проблема гендерных отношений как в гуманитарных, так и естественно-научных сферах до сих пор остается полностью не решенной.

В данной статье хотелось бы отметить противоречивость взглядов на роль

женщины в научной сфере. Наука – это одна из тех сфер человеческой деятельности, функция которой состоит в выработке и теоретической систематизации знаний о действительности, и в отличие от других сфер отличается своей объективностью, способностью проникать в сущность вещей и процессов. Однако история подтверждает, что в вопросе: Кто стоит во главе того или иного открытия? – практически всегда один ответ: Мужчина! Следовательно, во все времена ключевые позиции в науке занимали мужчины, хотя научные открытия совершали и женщины. Тем не менее, факт остается фактом, что очень долгое время наука была маскулинизирована, и базировалась на мнении, что мужчина – это дух, а женщина – природа. Тем самым подчеркивалась социобиологическая предопределенность женской неполноценности в науке, часто связанная с её интеллектуальными способностями.

В подтверждение вышесказанного даже имеется научная теория, представленная американскими учеными А. Эрхардтом и Дж. Мани, которые «доказывают», что женщина может добиться успехов в научной деятельности лишь только в том случае, если у нее будет наблюдаться повышенное содержание мужских гормонов. Только тогда она сможет обладать рядом интеллектуальных преимуществ перед обычными женщинами того же возраста. При таком подходе женщины могут преуспевать лишь сознательно или неосознанно «имитируя» черты, присущие маскулинизированной науке, т.е. подражая мужчинам в выборе стиля поведения в научном сообществе.

Данная теория имеет и исторические доказательства, свидетельствующие о том, что значительное число женщин, занимавшихся научной деятельностью, работали на скромных должностях, обеспечивая успешную деятельность мужчин-ученых, часто выдающих их достижения за свои собственные. В результате этого очень долгое время женщины воспринимались как полезные сотрудники, способные выполнять лишь необходимую лабораторную работу, лишённые творческих способностей.

Тем не менее, роль женщины в науке значительна, и об этом свидетельствуют исследования британского профессора Питера Лоренса, который, как и многие другие ученые, отмечал изначальную разницу в умственном и психическом устройстве мужчин и женщин, но объяснял её только с позиций заложенных природой гендерных различий мышления. Одним из факторов, определяющих эти различия, по его мнению, является уровень мужского гормона тестостерона, поэтому мужчины в среднем предрасположены к аналитической работе, тогда как женщины склонны к состраданию, заботе о других людях и т.д. Но эти положительные качества как раз и мешают женщинам утвердиться в научном сообществе, даже в тех областях науки, где они могут быть уместны. Например, такие качества, как умение поставить себя на место другого, маневренность поведения, доброта смотрятся выигрышно в психологии, но большинство известных психологов – мужчины. В доказательство теории Питера Лоренса можно привести следующие данные: в Британском психологическом обществе зарегистрировано на сегодняшний день 5806 студенток и 945 студентов. Среди закончивших образование молодых специалистов 23 324 женщины и 8 592 мужчин. Среди дипломированных психологов перевес женщин заметно меньше – 7 369 женщин против 4 402 мужчин, а вот почетных членов общества – 428 мужчин против 106 женщин. Причина таких результатов заключается не в понижении способностей женского аналитического мышления, а в следующем:

- традиционно женской ролью, когда женщины предпочитают детские нужды (замужество, семья и т.п.) карьерным;
- вся система научной иерархии насквозь мужская, поэтому изначально не приспособлена к женскому типу мышления;
- все оценочные тесты на интеллект и выявление талантов, которые учитываются при отборе научных кадров, разработаны мужчинами под лозунги о равенстве женских и мужских возможностей;
- продолжительное время ученая степень давалась женщинам гораздо реже, чем

мужчинам, что не давало им возможности продолжать научную карьеру;

- недружелюбная атмосфера в коллективе: многие женщины, бросают заниматься наукой, потому что их к этому вынуждает враждебное отношение коллег, чаще всего мужчин;

- неосознанная предвзятость: очень часто работа оценивается хуже, если известно, что её автором является женщина;

- семья и домашние обязанности, как правило, полностью лежат на женских плечах, и на научную карьеру просто не хватает времени.

Несмотря на то, что долгое время женщина в науке находилась в роли аутсайдера, в истории все таки встречаются имена таких великих женщин-ученых, как: Софья Ковалевская, Наталья Бехтерева, Мария Склодовская-Кюри, Мэри Монтегю и т.д. В последнее время интерес женщин к учебной и научной сферам продолжает расти. Многие из современных женщин стали активно заниматься научной карьерой не в чем, не уступая мужчинам. Исходя из вышесказанного, женщина не только может, но и должна заниматься наукой и как минимум по трем причинам:

- большую часть черновой научной и экспериментальной работы проделывают студенты и аспиранты, тогда как эффективность этой работы требует не переменного различения творческого потенциала студентов, а значит, присутствия столь же опытной, но более покладистой женщины-преподавателя;

- стимулом к работе зачастую бывает поддержка и понимание, а не только соревновательный азарт. Поддержку и понимание в силу своей природы предоставляют женщины, а в ведении мужчин остается соревновательная гонка;

- наверху карьерной лестницы ученых должны быть какие-то значительные женские фигуры, с которых молодые специалистки могли бы брать пример, найти в себе мужества и пробивать карьеру в научном мире.

Таким образом, маскулинизированный подход к роли женщины в науке чрезвычайно вреден при формировании культурных ориентиров целых поколений, и наука, которая уготовила женщине роль аутсайдера является бесперспективной. Поэтому для того, чтобы женщины-ученые заняли достойное место в науке, необходимо кардинальное социокультурное изменение в современном мире, в том числе и в России.

### **Литература:**

1. Вейнингер О. Пол и характер. Принципиальное исследование. - М., 1992.
2. Репина Л.П. Женщины и мужчины в истории: новая картина европейского прошлого. Очерки. Хрестоматия. - М., 2002.

### **Гендерные стереотипы в телевизионной рекламе.**

***Шаповалова Екатерина Борисовна***

*аспирантка*

*Санкт-Петербургский государственный университет, Санкт-Петербург, Россия*

*E-mail: katty781@mail.ru*

### **Введение**

Реклама в современном обществе оказывает влияние не только на экономику, она стала мощным фактором социализации, в том числе и гендерной. Это может иметь положительные и отрицательные последствия, как для отдельного человека, так и для общества в целом.

Основной целью рекламной деятельности является стремление привлечь внимание наибольшего количества потенциальных покупателей и вызвать у них желание приобрести рекламируемый продукт. Для этого в рекламе используется целый спектр средств направленных как на сознательную, так и на бессознательную сферу человека.

Стремясь осуществить наиболее эффективное воздействие на потребителя, реклама

использует потребности, мировоззренческие ценностные ориентации, стереотипное мышление людей. Она старается проникнуть в глубь психики человека, понять причины, по которым он покупает тот или иной товар, а затем использовать эту информацию, чтобы оказывать еще более эффективное воздействие. При этом в процессе рекламной коммуникации происходит формирование определенной потребительской системы ценностей, определенного образа и стиля жизни.

Телевидение – самый эффективный зрелищный и массовый по охвату потребителей вид рекламы. Несмотря на довольно короткий период своего существования, по сравнению с другими видами рекламы, телереклама успешно конкурирует с другими средствами рекламы, постоянно развиваясь и совершенствуясь. Телереклама обладает хорошей запоминаемостью, прокатанная большое число раз, она накрепко внедряет в сознание телезрителей то, что необходимо рекламодателю.

В связи с этим актуальным является изучение гендерных стереотипов, используемых в телевизионной рекламе, а также сравнение их с современными гендерными представлениями, существующими в петербургском обществе.

#### **Методы.**

Автор тезисов в апреле 2005 года провела исследование под названием «Гендерные стереотипы в телевизионной рекламе» использовался метод контент-анализа. Категории и подкатегории контент-анализа мужских и женских образов в телевизионной рекламе были определены в ходе изучения теории маскулинности и феминности, закономерностей создания рекламных сюжетов и образов, изучения закономерностей речевой и невербальной коммуникации. Всего выделено 20 основных категорий и 68 подкатегорий контент-анализа. В качестве основных категорий выступают роли, виды деятельности, возраст, физическая и психологическая поза персонажа, позиции во взаимодействии, поведение в ситуации затруднения, сфера деятельности, испытываемые эмоции, черты поведения и др. Анализ рекламных роликов проводился с 18.00. до 24.00. в течение пяти дней в неделю. Объектом исследования являлись образы мужчины и женщины на каналах ОРТ и РТР, данные телеканалы являются самыми популярными и массовыми по охвату населения. Предметом - социально-психологические характеристики образов мужчины и женщины в телевизионной рекламе. В ходе исследования было просмотрено 144 рекламных роликов. Затем полученные данные в ходе исследования «Гендерные стереотипы в телевизионной рекламе» автор тезисов сравнила с данными, полученными в ходе исследования «Женщины в политическом процессе современной России»<sup>2</sup> проведенного группой Института гендерных исследований факультета социологии Санкт-Петербургского государственного университета, под руководством Ушаковой В.Г. в 2003 году. В рамках исследования «Женщины в политическом процессе современной России» на вопросы анкеты ответили 1085 человек, затрагивались такие темы как распределения ролей мужчины и женщины в обществе, распределение семейных ролей и обязанностей, степень ответственности мужчины и женщины в семье, определение приоритетов для мужчины и женщины (как семейных, так и гражданских), морально психологические качества мужчин и женщин. Для сравнения был использован метод вторичного анализа данных, полученных в ходе исследования. Результаты вторичного анализа позволили сделать вывод о том, насколько соответствуют гендерные стереотипы, используемые в телерекламе представлениям о гендере у современных петербуржцев.

#### **Результаты**

При создании гендерных образов в рекламе широко используются традиционные гендерные стереотипы: стереотипы маскулинности и феминности; стереотипы «о главном и естественном предназначении мужчин и женщин»; стереотипы о разделении

---

<sup>22</sup> Женщина в политическом процессе современной России. Санкт-Петербург. 2003.

домашнего труда. В соответствии, с данными стереотипами женщинам и мужчинам предписываются традиционные роли, качества, происходит разделение сфер деятельности, обязанностей, подчеркиваются гендерные различия. Для этого в рекламе используются как визуальные средства, так и невербальная символика. Мужская модель поведения в рекламе противопоставляется женской. Мужчина наделяется такими качествами как сила, ум, уверенность в себе, для него основной сферой деятельности определяется профессиональная сфера, ему предписывается вести активный образ жизни, заниматься спортом, бизнесом, быть главой семьи и принимать решения. Женщине в большинстве случаев придаются противоположные качества – зависимость, заботливость, пассивность. Для нее основной сферой, в большинстве рекламы, определяется семейная сфера, ей предписывается быть заботливой матерью, домохозяйкой, любящей женой, заботиться обо всех членах семьи.

Так же, необходимо отметить и то, что женская сексуальность, женское тело, часто используется в рекламе как средство привлечения внимания, в качестве украшения, обещания для мужчины, что в случае покупки того или иного продукта, он получит желаемую женщину. Нередко женское тело в рекламе приравнивается к рекламируемому продукту, что является ярким проявлением сексизма.

Однако не вся рекламная продукция построена на традиционных гендерных стереотипах. Увеличивается количество гендерно нейтральной рекламы, появляются рекламные образы и сюжеты, противоречащие традиционным стереотипам, большинство подобной рекламы ориентировано, как правило, на молодежь.

Большинство петербуржцев не согласны с традиционным распределением ролей и обязанностей между мужчинами и женщинами и выражают готовность строить отношения, как в семье, так и в обществе на основе равноправия и взаимопомощи. Таким образом, гендерные стереотипы, используемые в телерекламе, скорее навязываются современным петербуржцам, чем отражают их представления о гендере. Необходимо совершенствование российского закона «О рекламе», внесение соответствующих поправок, ограничивающих использование традиционных гендерных стереотипов, а также чрезмерное и некорректное использование женского тела.

#### **Литература**

1. Антология гендерной теории. Минск. 2000.
2. Грошев И.В. Гендерные образы рекламы. // Вопросы психологии 2000 №6.
4. Дударева А. Рекламный образ: мужчина и женщина. М. 2002.
5. Женщина в политическом процессе современной России. Санкт-Петербург. 2003.
6. Женщина и визуальные знаки. М. Идея-Пресс. 2000.
7. Лебедев–Любимов А. Психология рекламы. Питер.2002
10. Практикум по гендерной психологии. СПб.2003.

## Гендерная асимметрия во власти

Юсупова Айгуль Рифатовна

аспирант

Башкирская академия государственной службы и управления при Президенте Республики Башкортостан, кафедра государственного и муниципального управления, Уфа, Республика Башкортостан

E-mail: a\_usupova@mail.ru

Согласно российской Конституции, мужчины и женщины имеют равные права и равные возможности для их реализации. Тема соотношения прав и реального участия женщин в управлении в последнее время все больше привлекает внимание общества. Несмотря на то, что основополагающее право мужчин и женщин на участие в политической жизни признается на практике, продолжает существовать значительная разница между положением *de jure* и *de facto* в области равного участия женщин в деятельности высших властных структур и принятия решений.

В некотором смысле женский прогресс в политике - это закономерный результат постепенного движения к эффективному равенству возможностей, которое началось в 1960-х годах. Потребовались десятилетия для того, чтобы это стало реальным, и все же есть страны, которым еще предстоит пройти долгий путь.

Возьмем показатели, отражающие представленность женщин в государственных и местных органах власти в нашей стране. На сегодняшний день женщины доминируют на должностях не предполагающих принятия ответственных решений. В органах законодательной, судебной и исполнительной власти женщины преобладают на низших и средних уровнях иерархической лестницы, на более высших уровнях их представленность незначительна. Такой расклад распределения власти среди исследователей получил название **гендерная пирамида**.

Несмотря на повышение числа женщин во всех органах государственной власти, большинство руководящих должностей остается за мужчинами.

Аналогичное гендерное разделение прослеживается и на региональном уровне. На 1 января 2006 года в Республике Башкортостан проживало 2,2 млн. женщин разных возрастов, это свыше 53% от всего населения. Сегодняшняя женщина Башкортостана - в основном работающая женщина. Уровень экономической активности женщин составляет 58,6%, уровень занятости - 54,9%. Из 902 тысяч работающих женщин 53% имеют высшее и среднее профессиональное образование. Это заметно выше, чем среди мужчин - 35%. Обратимся к данным по Республике Башкортостан о составе женщин в системе управления.

В составе депутатов Государственного Собрания - Курултая Республики

Башкортостан 5 женщин, это 4,1% от общего количества депутатов (всего 120). Женщины работают в четырех из семи комитетов. В Комитете по труду, социальным вопросам, материнству, детству и охране здоровья председатель и заместитель председателя женщины.

В Советах сельских поселений: по итогам выборов 11 марта 2007 г. из 8338 избранных депутатов Советов 2689 женщин, что составляет 32,25%.

Нет ни одной женщины - главы администрации муниципального района и городского округа. Среди глав администраций городских поселений 2 женщины.

Должности заместителя главы администрации муниципального образования занимают женщины:

- в 20 из 54 администраций муниципальных районов;
- в 7 из 9 администраций городских округов;
- ни одной из 12 городских поселений.

Россия она из самых феминизированных стран мира, в которой женщины составляют 54 % населения. И согласно прогнозу демографов, к 2015 году ожидается дальнейшее увеличение количества женщин в структуре российского населения до 56%. А это значит, что государство, обладающее такой гендерной структурой населения и такими темпами распространения гендерной асимметрии «в пользу женщин», должно отличаться **повышенной социальной ответственностью** проводимой политики.

Феминизация российского общества способствует активному участию женщин в политической жизни, выдвигает новых женщин-лидеров. Но этот процесс нужно направлять и его важнейшим регулятором могла бы стать квотная система женского представительства в органах государственной власти, апробированная на опыте развитых стран и СССР.

На данном этапе развития нашего общества задача достижения гендерного равенства обозначена, но еще не полностью осознана и требует разработки правового и политического механизма для своего осуществления. Россия не станет ни демократической страной, ни правовым государством пока больший процент ее населения, женщины, не приобретут реальные, гарантированные государством равные права и возможности. Нужно создавать условия для продвижения женщин по службе, чтобы они чувствовали перспективность развития своей карьеры, сформировать эффективную нормативно-правовую базу по достижению равных возможностей женщин в государственной службе, создавать условия для продвижения женщин по службе, учитывая ее интересы в планировании семьи и выполнении семейных обязанностей, повышать юридическую грамотность женщин.

### Литература:

1. Кампания за достижение равенства между мужчинами и женщинами за улучшение положения женщин (2001)/ Женщины, М.
2. Ральф Дарендорф (2006) Женщины у власти?/ "Project Syndicate", США // <http://www.projectsyndicate.org/commentary/dahrendorf57/Russian>
3. Сулемов В.А. (2006) Государственная кадровая политика в современной России: теория, история, новые реалии / Изд. 2-е, дораб. и доп. – М.: РАГС
7. Силласте Г.Г. (2006) Доклад на Всероссийском женском форуме «Женщины-лидеры новой России», 21 апреля 2006 года, Москва.
4. [www.gks.ru](http://www.gks.ru) (Федеральная служба государственной статистики России)
5. [www.bashstat.ru](http://www.bashstat.ru) (Территориальный орган федеральной службы государственной статистики по Республике Башкортостан)
6. [www.wciom.ru](http://www.wciom.ru) (Всероссийский фонд общественного мнения)

